



## МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

## MEDIA EDUCATION

DOI: 10.22363/2312-9220-2022-27-1-147-157

УДК 37.012

Научная статья / Research article

### **Волны развития медиаобразования: синхронический и диахронический аспекты**

**М.А. Пугачев** 

*ГТРК «Оренбург»,  
Российская Федерация, 460024, Оренбург, пер. Телевизионный, 3*

✉ [pugachevma@mail.ru](mailto:pugachevma@mail.ru)

**Аннотация.** В условиях усиления влияния продуктов интернет-пространства (соцмедиа, блогинг) на повседневность медиаобразование получает особую актуальность. Изменяется символический статус аудитории, которая становится не только потребителем, но и производителем медиаконтента. Однако настоящий этап развития медиакommunikаций можно считать уникальным с некоторой оговоркой. Прежде уже существовала прецедентность, поскольку в обществе периодически наблюдались периоды масштабного всплеска интереса к медиаграмотности как основной категории медиаобразования, зависящие от ряда социокультурных факторов. Подобное усиление носит волнообразный характер. Предметом настоящей статьи являются волны медиаобразования, которые рассматриваются с позиций синхронии и диахронии. Используется комплекс методов: историко-культурный анализ; структурный анализ; контекстуальный анализ; вторичный анализ социологических и статистических данных. По итогам проведенного исследования делаются выводы о том, что современные медиакommunikационные условия, в которых развиваются новые медиа, схожи с теми, что были при формировании аудитории кинематографа и телевидения.

**Ключевые слова:** медиаобразование, медиаграмотность, медиакommunikации, волны, кинематограф, телевидение, Интернет

**Заявление о конфликте интересов.** Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.



**История статьи:** поступила в редакцию — 26 июня 2021 г.; откорректирована — 1 августа 2021 г.; принята к публикации — 30 сентября 2021 г.

**Для цитирования:** Пугачев М.А. Волны развития медиаобразования: синхронический и диахронический аспекты // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022. Т. 27. № 1. С. 147–157. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-1-147-157>

## **Waves of Media Education Development: Synchronous and Diachronic Aspects**

**Maxim A. Pugachev** 

*State TV and Radio Company “Orenburg”,  
3 Lane Television, 460024, Orenburg, Russian Federation*

✉ [pugachevma@mail.ru](mailto:pugachevma@mail.ru)

**Abstract.** In the context of the increasing influence of the products of the Internet field (social media, blogging) on social everyday life, media education is becoming especially relevant. The symbolic status of the audience is changing, which becomes not only a consumer, but also a producer of media content. The current stage in the development of media communications can be considered unique with some reservations. However, in the history of the XIX–XX centuries, there was a precedent, since in society periodically there were periods of a large-scale surge of interest in media literacy as the main category of media education, depending on a number of socio-cultural factors. This increase in the importance of media literacy is wave-like. The subject of this article is the waves of media education, which are considered from the standpoint of synchronicity and diachrony. A complex of methods is used: historical and cultural analysis; structural analysis; contextual analysis; secondary analysis of sociological and statistical data. Based on the results of the study, it is concluded that the modern media communication conditions in which the “new media” develop are similar to those that were in the formation of the audience of cinema and television. The Internet and, in particular, social media are no less rapidly conquering the audience. At the same time, the modern mediated world requires a high level of media competence and the development of critical thinking from society.

**Keywords:** media education, media literacy, media communications, waves, cinema, television, Internet

**Conflicts of interest.** The author declares that there is no conflict of interest.

**Article history:** submitted: June 26, 2021; revised: August 1, 2021; accepted: September 30, 2021.

**For citation:** Pugachev, M.A. (2022). Waves of Media education development: Synchronous and diachronic aspects. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 27(1), 147–157. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-1-147-157>

## Введение: методология

При выяснении динамики моральных паник как одного из главных медиаэффектов информационного общества А.А. Ефанов определяет ряд волн, которые напрямую связаны с протекающими социальными явлениями (Ефанов, 2019). Полагаем, что такой подход применим и к изучению востребованности медиаобразования в обществе на разных этапах его развития.

Однако для того, чтобы эксплицировать волны медиаобразования, необходимо выявить генезис такого понятия, как «волна», которое имеет междисциплинарный характер, первоначально становясь предметом исследований в естественных науках. Так, в «Большой политехнической энциклопедии» волны рассматриваются как «возмущения, распространяющиеся с конечной скоростью в пространстве и несущие с собой энергию»<sup>1</sup>. При подобном подходе к анализу востребованности медиаобразования под «возмущением» понимается реакция общества на появление нового вида коммуникации, под «энергией» — последствия, которые наступают при отсутствии или при использовании навыков коммуницирования, а под «скоростью» — постепенное распространение в обществе актуальных навыков, по мере того как новый вид коммуникации входит в повседневность.

Запрос на медиаграмотность и навыки критического мышления актуализировались в обществе волнообразно, вслед за появлением технических изобретений – кинематографа, телевидения и социальных медиа, которые изменили образ жизни людей. В этой связи цель настоящего исследования заключается в эксплицировании волн медиаобразования, которые рассматриваются с позиций синхронии и диахронии. Используются историко-культурный анализ, структурный анализ, контекстуальный анализ, вторичный анализ социологических и статистических данных.

## Первая волна: появление кинематографа

В XIX веке над технологией оживления изображения работали изобретатели разных стран, но первоначальные аппараты давали возможность для просмотра только одному зрителю. Так был устроен кинетоскоп Т. Эдисона и проектор И. Тимченко. Однако братья Люмьер смогли создать технологию, которая позволила показывать изображение не одному человеку, а целому залу. В обществе возник такой интерес к кино, что братья Люмьер на какое-то время решили строить бизнес на создании кинотеатров, а к изобретательской деятельности вернулись только с усилением конкуренции на рынке кинопоказов (Аммосов, 2016). Интерес к новому виду искусства был настолько сильным и массовым, что в некоторых странах появилась идея использовать его в воспитательных целях. Во Франции кинематограф появился в конце

<sup>1</sup> Большая политехническая энциклопедия. М.: Мир и образование, 2011. С. 210.

XIX века, а уже в 1915 году Парламентская комиссия рекомендовала использовать кино в учебе, последовала подготовка кинопедагогов, новое увлечение подверглось тщательному теоретическому анализу. По такому пути пошли многие страны. Например, в Великобритании учредили Образовательную киноассоциацию и Британский киноинститут, которые и сейчас существуют. В СССР кино активно использовалось в педагогике. Существовало научно-популярное и учебное кино. Один из первых русских организаторов кинопроизводства А.А. Ханжонков с 1911 года снимал географические документальные ленты «Черное море», «У Полярного круга», «Владикавказ», «Севастополь». Он выпустил фильмы о физике «Электрический телеграф», «Получение электромагнитных волн», о биологии «Жизнь в капле воды» и другие (Лебедев, 1965, с. 61).

Популярность кино объясняется его зрелищностью и простотой восприятия, однако должно было пройти время, прежде чем появился подготовленный зритель. В фильме «Казнь Марии Шотландской» (1895 г., реж. А. Кларк) изображалась казнь Марии Стюарт. При создании этого короткометражного игрового кино режиссер использовал стоп-кадр: когда палач поднял топор, актрису, игравшую королеву, заменили на манекен, которому и отрубили голову. Этот простой прием произвел сенсацию во время премьеры, многие подумали, что убили реальную женщину. Поэтому, кроме того, что в учебных целях организовывался показ познавательных картин, людей знакомили и с самим процессом кинопроизводства.

В СССР киноклубы создавали в школах, в 1925 году по инициативе Ассоциации революционной кинематографии (АРК) и Главного политико-просветительного комитета Народного комиссариата просвещения РСФСР появилось Общество друзей советского кино (ОДСК), целью которого была кинофикация всей страны. Создавались кинокружки на заводах, фабриках и в учебных заведениях, шли кинопоказы в деревнях. В 1919 году в Москве открыли первую в мире киношколу ВГИК (Всероссийский государственный институт кинематографии). Тогда же в Петербурге появился Высший институт фотографии и фототехники. Говоря о распространении кинофикации в СССР, заметим, что процесс был идеологически мотивированным, что, однако, не делает его исключительным в общемировом контексте. Идеологическая концепция медиаобразования существует наравне с другими и иллюстрирует многообразие целей в изучении разных видов коммуникации.

Когда кино перестало восприниматься в качестве нового вида коммуникации, развитие медиаобразования не остановилось. В Великобритании, Канаде, США и многих других странах было популярным практическое кинообразование. Оно базировалось на том, что обучающиеся снимали короткие документальные и игровые фильмы. Это стало возможно потому, что в 1960-х годах появились недорогие любительские кинокамеры. В школах и университетах стали создавать лаборатории, где можно было проявлять и печатать пленки. В эти годы в Америке появилась Ассоциация деятелей экранного образования (Association for Screen Education). В 1969 году на базе

университетов штатов Юта и Огайо разработали обучающие материалы по развитию «критического видения» (Федоров, Новикова, 2005, с. 16).

Итак, волнообразный принцип распространения медиаобразования: опишем появление кинематографа с точки зрения первой волны, ориентируясь на определение родового понятия. Под «возмущением» будем понимать интерес общества к новому виду коммуникации — к изобретению ученых, которые смогли оживить картинку. За «энергию» возьмем распространение кинофикации, вовлеченность людей в процесс кинопроизводства, а также распространение образования через кинематограф. Поскольку «энергия» — это последствия, которые наступают не только при использовании навыков коммуницирования, но и при их отсутствии, то энергией будем считать и негодование зрителей после просмотра кино «Казнь Марии Шотландской». Сюда же отнесем и легендарную историю, о которой рассказывали братья Льюмьер: в 1896 году во время показа их короткометражки в Париже зрители испытали страх и покидали зал, видя движущийся на них поезд. Наконец, за «конечность скорости» примем результат распространения актуальных знаний о кинематографе, появление подготовленного зрителя, который понимал возможности кинематографа и умело использовал кино для получения знаний и впечатлений. При этом необходимо подчеркнуть, что это произошло, когда кино стало частью повседневности.

## Вторая волна: телевидение

Медиаобразование началось с изучения киноискусства, но с появлением телевидения стало еще более востребованным. Старт телеиндустрии дал В. Зворыкин, который в 1919 году уехал из России в США, где продолжил научную работу. В 1923 году он представил миру *The Televisor*. Изобретение телевидения не может быть заслугой одного человека. Более 120 схем телевизионных устройств создал учитель В. Зворыкина — Б. Розинг. Шотландский инженер Дж. Бэрд собрал первую механическую телевизионную систему. Ее вытеснили разработки электронного телевидения В. Зворыкина и Ф. Фарнсуорта, однако разработки Дж. Бэрда — важный вклад в развитие телевидения. Именно он в 1928 году сделал первую в мире цветную телепередачу. В 1928 году в американском Чикаго вышла в эфир первая телестанция на механической развертке, где впервые для передачи изображения и звука использовался один диапазон радиоволн. В СССР с 1931 года заработало экспериментальное вещание (без звука) по 1 часу 12 раз в месяц (Shmakov, 1935, с. 11).

Среди советских радиолюбителей было распространено самостоятельное конструирование механических телевизоров. Радиодиапазоны позволяли им принимать передачи на больших расстояниях. В 1937 году ЦК ВЛКСМ в издательстве детской литературы выпустил брошюру «Самодельный телевизор». Важнейшее для появления традиционного телевидения изобретение описывалось доступным языком. Разъяснялся принцип работы, а также способы создания необходимых устройств. В механическом телевизоре диск

Нипкова насаживается на ось синхронного мотора, который связан с ведущим мотором. Изготовить ведущий мотор автор брошюры Б. Шефер предложил самостоятельно по книжке А. Абрамова и П. Хлебникова «Самодельные электромоторы и трансформатор» (Шефер, 1937, с. 13). В СССР подобные издания, рассказывающие об устройстве телевидения, выполняли задачи формирования медиаграмотности. Актуализировалась не только потребительская, но и практическая концепция медиаобразования, поскольку рассказывалось о принципах работы и разъяснялись способы самостоятельной сборки и использования телевизионного устройства.

На Берлинской Олимпиаде 1936 года уже использовалась телекамера с электронной разверткой. Первый в мире телеканал, вещающий по электронной технологии регулярно, был запущен немецкой телерадиокомпанией в 1934 году. Спустя два года регулярное электронное вещание началось в Великобритании. Работой руководил выходец из Российской империи, инженер И. Шёнберг. Регулярное электронное телевещание в СССР было впервые начато Опытным ленинградским телецентром в 1938 году. В это время в СССР стали организовывать коллективные просмотры во дворцах культуры и заводских клубах. Передачи проводились дважды в неделю. Н.Н. Вилкова в статье «75 лет электронному телевидению в России и первому отечественному электронному телевизору ТК-1» приводит статистику, согласно которой в 1940 году парк телевизоров в СССР составлял 500 штук, а в 1948 году — 4000 штук (Вилкова, 2014). В 1956 году количество телевизоров у населения СССР превысило один миллион. С 1960 по 1970 год парк телевизоров увеличился почти в десять раз: с 4,8 млн до 40 млн штук.

В 1930–1940 годах транслировались документальные и художественные фильмы, музыкальные концерты, актеры читали художественные произведения. В 1940 году был показан документальный фильм об СССР «День нового мира» производства Центральной студии кинохроники<sup>2</sup>. Его снимали 97 операторов кинохроники, текст читал Ю. Левитан.

2 мая 1949 года с ПТС (передвижной телевизионной станции) вышла пробная внестудийная трансляция футбольного матча ЦСКА — «Динамо» (Москва) со стадиона «Динамо». 29 июня была организована официальная трансляция, когда зрители увидели первый прямой репортаж В. Синявского с матча Чемпионата СССР ЦДКА — «Динамо» (Минск). «Не сохранилось информации о том, сколько человек на стадионе и сколько у экранов телевизоров смотрели тогда матч. Цифра была очень скромной, но начало новому типу телепередач было положено» (Волкова, 2015, с. 42). Отметим, что первой в мире телекомпанией, которая организовала прямую трансляцию, стала Германия. Телерадиокомпания RRG транслировала Берлинскую Олимпиаду в 1936 году: из-за небольшого количества телевизоров у населения работали общественные зрительные залы.

---

<sup>2</sup> День нового мира, 1940 // YouTube. 2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uh5UnZH4OU> (дата обращения 14.06.2021).

Вслед за Германией в 1936 году регулярные телевизионные трансляции начала Англия. В 1937 году это сделала Франция, а в 1939 году — США. В 1940-х годах у американцев было уже больше миллиона телевизоров, а еще через десять лет — 70 миллионов. Транслировали не только художественный контент, но и информационный, а также коммерческий. Использование приемов манипуляции при создании торговой рекламы, насилие в кино и новостях привело к зарождению в стране движения критического видения. В 1970-х годах правительство США при поддержке Министерства образования профинансировало учебные курсы «критического видения» на всех ступенях общего образования. В это же время в соседней Канаде создали Ассоциацию медиаграмотности, и в борьбе с излишним влиянием американских программ местное правительство ввело квоты на «канадское содержание» в эфире. Сейчас своя ассоциация деятелей медиаобразования работает почти в каждой канадской провинции. Формирование медиаобразования в Канаде началось не в эпоху телевидения, а раньше. Как и во Франции, США и других странах, этот процесс запустил кинематограф. В тоталитарных странах телевидение активно использовалось в пропагандистских целях, в этот период там наблюдалось развитие идеологической концепции медиаобразования.

Таким образом, телевидение вызвало вторую волну распространения медиаобразования. Под «возмущением» будем понимать массовый интерес к телевидению, который способствовал резкому росту числа телезрителей. Были популярны массовые показы, а на индивидуальные телевизионные приемники быстро увеличивался спрос. «Энергия» здесь — это процесс формирования подготовленного зрителя с развитым критическим мышлением, а «конечность скорости» — наличие обоснованных и апробированных программ развития медиаграмотности во многих странах.

### **Третья волна: новые медиа**

Появление новых медиа спровоцировало третью волну распространения медиаобразования. Современные условия схожи с теми, что были при формировании аудитории кинематографа и телевидения. Интернет, и в частности социальные сети, не менее стремительно покоряют аудиторию. К началу 2020 года в мире насчитывалось 4,5 млрд пользователей Интернета, что на 7% больше, чем годом ранее. В социальных сетях зарегистрированы 3,8 млрд, это почти 60% населения всего мира. В обзоре трендов за 2019 год от We Are Social и Hootsuite говорится, что средний интернет-пользователь находится в сети 6 часов 43 минуты каждый день, потребляя при этом 34 ГБ аудиовизуального контента<sup>3</sup>. Причем современная аудитория не только потребляет, но и производит контент, превратившись в своего рода медиумов

---

<sup>3</sup> Digital 2020: Billion People Use Social Media // We are Social. 2020. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (accessed: 07.07.2020).

(Ефанов, 2020). Исследователи Университета Южной Калифорнии США в своей работе исходили из способности человеческого мозга обрабатывать информацию со скоростью 100 кбит/с. Конечно, мозг — система индивидуально изменчивая, но объем информации в мире растет с заметным постоянством. По мнению ученых, изучающих интеллект, увеличение объема передаваемой информации происходит экспоненциально (Еремин, 2005).

При возникновении телевидения журналистские редакции сформировались не сразу. Профессиональные журналисты пришли туда лишь спустя некоторое время, а сначала работниками телевидения становились инженеры и радиолюбители. По похожему пути развиваются новые медиа: со временем появляется все больше интернет-каналов, контент которых создают профессиональные работники медиа, а интернет-каналы популярных блогеров теперь имеют все признаки институционализированного медиа. Как следствие, подобные медиакоммуникационные детерминанты отразились и на правовом регулировании. В 2014 году в России были внесены изменения в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», которые обязывают обладателей интернет-ресурсов с аудиторией больше 3000 пользователей в сутки регистрироваться в Роскомнадзоре, что влечет за собой ряд ограничений. Как и при возникновении кинематографа и телевидения, современные технологии снова требуют от общества новых навыков, и запрос на медиаобразование возник в обществе с особой силой. Новые знания нужны как аудитории, так и производителям медиаконтента. Когда-то технический прогресс уменьшил и удешевил камеры, и к изготовлению видео смогли прикоснуться непрофессионалы. Сейчас медиапродукты создает чуть ли не каждый пользователь социальных сетей.

Медиаобразование имеет практическую функцию, помогая производить качественный медиаконтент. Защитная функция способна оградить потребителя от низкосортного или опасного медиапродукта, а создателя — уберечь от судебных разбирательств, ведь вместе с коммуникативными технологиями меняется и законодательство. С 2019 года в России введена ответственность за распространение в Интернете заведомо недостоверной информации (появился так называемый «Закон о фейковых новостях»). Людям могут выписать штрафы, но некоторые пользователи даже не знают о наказании за публикацию или репост недостоверных новостей. Фейки распространяются в медиареальности вирусно (Будовская, Волкова, 2012) или по модели игровых коммуникаций (Волкова, 2018). Пользователи пересылают их друг другу, считая правдой, что свидетельствует об отсутствии навыков работы с информацией. Все это отягощается постоянным ростом объема потребляемого контента, порождающего явление информационных шумов.

Медиаобразование дает алгоритмы для обнаружения фейков в медиaprостранстве, однако не сводится только к этому. Оно учит человека мыслить критически, помогает освободиться от страхов, порожденных незнанием, и разобраться в природе медиатекстов. Кроме того, медиаобразование формирует умение анализировать факты, работать с медиа на благо развития



личности (Федоров, 2001, с. 18), предоставляет возможность перейти от простой эмоциональной вовлеченности до способности соотносить восприятие медиатекста с задачей и позицией автора. Такие навыки необходимо развивать. При этом единой универсальной концепции медиаобразования в мире не существует. Все они призваны решать основную задачу — ограждать от манипуляций.

## Заключение

Современные медиакommunikационные условия, в которых развиваются новые медиа, схожи с теми, что были при формировании аудитории кинематографа и телевидения: продукты поля Интернета не менее стремительно покоряют аудиторию. Как и сто лет назад, технологии требуют от индивидов подготовки — запрос на медиаобразование возник в обществе с новой силой. Современный медиатизированный мир требует от общества высокого уровня медиакомпетентности и развития критического мышления в контексте экологии человека. В России, продвигающей цифровую экономику, медиаобразование должно стать обязательной частью образовательных программ как на уровне средней, так и высшей школы, а медиа следует участвовать в этом процессе, повышая медиаграмотность своей аудитории. При этом важно подчеркнуть, что профессиональные медиа имеют особый медиаобразовательный потенциал.

## Библиографический список

- Аммосов Ю.* Огюст и Луи Люмьеры: на площадке первого кинофильма // Republic. 2016. URL: <https://republic.ru/posts/60379> (дата обращения: 16.06.2021).
- Будовская Ю.В., Волкова И.И.* Распространение медиаконтента в социальных медиа и социальных сетях: теория игр против виральности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 5 (49). С. 69–74.
- Волкова Н.Н.* 75 лет электронному телевидению в России и первому отечественному электронному телевизору ТК-1 // Виртуальный компьютерный музей. 2014. URL: <https://computer-museum.ru/articles/televidenie-i-radioveshchanie/188> (дата обращения: 12.06.2021)
- Волкова И.И.* Трансляция игровых событий как предтеча телевизионного репортажа // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 6 (56). Ч. I. С. 40–43.
- Волкова И.И.* Экранные игровые коммуникации как индикатор восприятия медиареальности: статусно-поколенческий аспект // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. № 4. С. 124–138. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2018.124138>
- Еремин А.Л.* Ноогенез и теория интеллекта. Краснодар: Советская Кубань, 2005. 356 с.
- Ефанов А.А.* «Закон о фейковых новостях» с позиций методологической корректности // Информационное общество. 2020. № 1. С. 49–56.
- Ефанов А.А.* Социальные последствия медиавоздействия: монография. М.: Флинта, 2019. 272 с.

Лазутова Н.М., Волкова И.И. Экранные массмедиа и экология человека: от зачаровывания к присоединению // Вестник Оренбургского государственного университета. 2017. № 12 (212). С. 106–111.

Лебедев Н.А. Очерки истории кино СССР. Немое кино: 1918–1934 годы. М.: Издательство «Искусство», 1965. 583 с.

Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов-на-Дону: Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.

Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в ведущих странах Запада: монография. Таганрог: Изд-во Кучма, 2005. 270 с.

Шефер Б. Самодельный телевизор. М.: Издательство детской литературы, 1937. 247 с.

Экосистема медиа: цифровые модификации: монография / ред. С.Л. Уразова. Челябинск: ЮУрГУ, 2021. 246 с.

Shmakov P.V. The Development of Television in the USSR // *Television Society Journal*. 1935. № 2. P. 10–28.

## References

Ammosov, Y. (2016). Auguste and Louis Lumiere: on the Site of the First Film. *Republic*. (In Russ.) Retrieved June 6, 2021, from <https://republic.ru/posts/60379>

Budovskaya, Yu.V., & Volkova, I.I. (2012). Distribution of media content in social media and social networks: game theory against virality. *Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*, 5(49), 69–74. (In Russ.)

*Ecosystem of media: digital modifications: Monograph*. (Ed. Urazova, S.L.). (2021). Chelyabinsk: SUSU Publ. (In Russ.)

Eremin, A.L. (2005). *Noogenesis and the Theory of Intelligence*. Krasnodar: Soviet Kuban Publ. (In Russ.)

Fedorov, A.V. (2001). *Media Education: History, Theory and Methodology*. Rostov-on-Don: TsVVR Publishing House. (In Russ.)

Fedorov, A.V., & Novikova, A.A. (2005). *Media Education in the Leading Countries of the West: Monograph*. Taganrog: Kuchma Publishing House. (In Russ.)

Lazutova, N.M., & Volkova, I.I. (2017). Screen Media and Human Ecology: From Enchantment to Affiliation. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 12(212), 106–111. (In Russ.)

Lebedev, N.A. (1965). *Essays on the History of Cinema of the USSR. Silent Cinema: 1918–1934*. Moscow: Publishing House Art. (In Russ.)

Schaefer, B. (1937). *Homemade TV*. Moscow: Publishing House of Children's Literature. (In Russ.)

Shmakov, P.V. (1935). The Development of Television in the USSR. *Television Society Journal*, (2), 10–28.

Vilkova, N.N. (2014). 75 years of Electronic Television in Russia and the First Domestic Electronic TV TK-1. *Virtual Computer Museum*. (In Russ.) Retrieved June 12, 2021, from <https://computer-museum.ru/articles/televidenie-i-radioveshchanie/188>

Volkova, I.I. (2015). Broadcast of game events as a forerunner of television reporting. *Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice*, 6(56), P. I. 40–43.

Volkova, I.I. (2018). Screen-Based Game Communications as an Indicator of the Perception of Media Reality: the Social Status & Generation Aspect. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 4, 124–138. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2018.124138>

Yefanov, A.A. (2020). Fake News Act from the Standpoint of Methodological Correctness. *Information Society*, (1), 49–56. (In Russ.)

Yefanov, A.A. (2019). *Social Consequences of Media Influence: Monograph*. Moscow: FLINTA Publ. (In Russ.)

**Сведения об авторе:**

Пугачев Максим Алексеевич, шеф-редактор службы информационных и тематических программ ТВ и РВ ГТРК «Оренбург». ORCID: 0000-0001-6255-7646; e-mail: pugachevma@mail.ru

**Bio note:**

Maxim A. Pugachev, chief editor of the information and thematic TV and radio programs service of the State TV and Radio Company “Orenburg”. ORCID: 0000-0001-6255-7646; e-mail: pugachevma@mail.ru