
ПЕРВЫЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ РОССИЙСКИЙ ПАТРИОТИЧЕСКИЙ ТЕЛЕКАНАЛ "ЗВЕЗДА": ИСТОРИЯ, ПРОГРАММЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ

А.Н. Ширококов, М.В. Мартыненко

Кафедра массовых коммуникаций
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Макля, 6, Москва, Россия, 117198

В статье рассматривается создание и развитие первого в России специализированного патриотического телеканала «Звезда». Авторы анализируют программы с точки зрения их эффективности в пропаганде и воспитании патриотизма.

Ключевые слова: патриотизм, телевидение, патриотическая телепрограмма, телеканал «Звезда», духовные ценности.

Играя существенную роль в жизни людей, обществ и государств, патриотизм был и остается предметом различных исследований. Отсутствие единого четкого определения феномена патриотизма в науке свидетельствует о том, что это явление многопланово и требует различных подходов к изучению. Анализ разработки понятия «патриотизм» в истории развития нашего государства и его общегуманитарного пространства позволяет убедиться, что его понимание возможно только на стыке сразу нескольких наук: истории, философии, социологии. Многовековая история развития отечественной культуры и науки свидетельствует, что основная роль в концептуализации понятия «патриотизма» принадлежит медийному пространству, которое включает в себя литературу, искусство, живопись, кинематограф, СМИ.

В связи с экономическими и политическими изменениями, произошедшими в конце XX в. в истории нашего государства, изменилось восприятие патриотизма в мировоззрении россиян. Идеологические установки на военно-патриотическое служение Родине отошли в 1990-е гг. на второй план. Патриотическая тематика утратила свою привлекательность. Отсутствие реальных военных угроз, политические кризисы и активная западная пропаганда практически свели к нулю патриотическое восприятие жизни в российском обществе.

В 2000-е гг. с укреплением вертикали власти государство и общество вновь обращаются к патриотизму. В современном массовом сознании это понятие ассоциируется с поддержанием традиций, сохранением семейных ценностей и успехами в труде и профессиональной деятельности, уважением к истории и героическому прошлому страны.

Развивать и демонстрировать патриотические идеи в значительной степени призваны средства массовой информации. Одним из самых распространенных и доступных СМИ на всей территории России является телевидение. Развитие средств массовой коммуникации, в частности телевидения, оказывает большое воздействие на нравственное состояние общества, именно средства массовой ком-

муникации транслируют последние достижения науки, культуры, искусства, разъясняют процессы, политической и общественной жизни. Следовательно, их роль в пропаганде патриотических идей сегодня остается приоритетной.

Тема патриотизма в СМИ существовала в нашем государстве практически с момента их появления. В СССР СМИ были признаны не только «информатором», но и «пропагандистом». Тема патриотизма была детально разработана на советском телевидении. Несколько редакций готовили различные виды телепрограмм, которые так или иначе воспитывали в советских гражданах любовь к Родине. Минусом было то, что идеологическая система СССР соединяла понятия «Родина» и «партия», в телепрограммах велась прямая пропаганда, отсутствовала критика существующих проблем. Это в определенной степени снижало эффективность патриотических передач, но в совокупности не сводило к нулю патриотический заряд телепрограмм, так как помимо пропаганды существующей власти телевидение предлагало большое количество материалов, которые были направлены на духовно-нравственное развитие личности, воспитание уважения к традициям, общечеловеческим ценностям и культуре.

В период 1990-х гг. со сменой политического режима и изменениями в структуре телевизионного рынка, патриотическая тематика в России практически не развивается на федеральных телеканалах. Коммерциализация телевидения влечет за собой почти полное вымывание их телевизионного эфира социально значимых программ, в том числе и патриотических.

Политические изменения конца 1990-х гг., выраженные в смене лидера и политике укрепления вертикали власти, привели к тому, что тема патриотизма начинает возрождаться. Государственный заказ на патриотизм, однако, не компенсирует в полной мере отсутствие качественных социально значимых телепрограмм на главных федеральных телеканалах. Отдельные проекты не способны переломить ситуацию на коммерческом телевидении государственного образца. В связи с этим создается первый специализированный российский патриотический телеканал «Звезда», который призван заниматься воспитанием патриотизма в обществе.

Попытки создания первого патриотического телеканала в России предпринимались еще в 2000 г. Интересен тот факт, что из многообразия форм и способов формирования всесторонне развитой личности патриота власть выбирает один из самых распространенных, а потому простых, на наш взгляд, способов, заимствованных из советского прошлого — военно-патриотическое воспитание.

Доказательством подъема патриотического вещания или по крайней мере стремления к этому стало получение вещательной лицензии в 2000 г. телеканалом «Звезда», который входит в медиагруппу «Звезда», напрямую контролируется Министерством обороны РФ.

Однако недостаток финансирования и, как следствие, отсутствие собственного конкурентоспособного контента не позволили выйти новому телеканалу в эфир даже на местном уровне. Лишь пять лет спустя после отказа от эфирного вещания «Звезда» выходит в Москве на 57-дециметровом канале. 25 февраля 2005 г. стало официальной датой выхода в эфир первого государственно-патриотического телеканала в России. Первые эфиры были ограничены временными рамками. В эфире использовались в основном архивные материалы Министерства обороны РФ.

Вещание осуществлялось только на территории Москвы. Однако с первых дней своего создания, задолго до начала реального вещания, первый патриотический телеканал заявлял о весьма амбициозных планах на будущее. Уже тогда для всех стало очевидным, что новый телеканал — это государственный заказ, следовательно, будет отражать позицию власти, особенно в вопросах обороны. Этот факт не мог не вызвать волну скептицизма относительно деятельности нового телеканала. Однако изложенная создателями «Звезды» концепция вещания на фоне всеобщей телевизионной смеси криминала и гламура выглядела весьма привлекательно: «Существует потребность целевой аудитории федеральных каналов в телевизионном продукте патриотической, исторической тематики и других социально значимых тем, — сказано в концепции канала. — Действующие сегодня каналы освещают практически все темы развития общества. Мы будем находить в этих темах только то, что будет соответствовать национальным российским интересам, подчеркивать наши победы и ориентироваться на лучших людей страны... Главная задача канала — помочь обществу обрести идеи национального возрождения и наполнить новым смыслом такое важное, но потускневшее понятие, как „гордость за свое Отечество“» [5].

Создатели телеканала особо подчеркивали, что ни при каких условиях на телеканале не будет западных фильмов, в которых «русские показаны либо варварами, либо бандитами», и программ, «опошляющих историю нашего Отечества» [6]. Однако, несмотря на положительную со всех точек зрения концепцию вещания, вокруг создания патриотического телеканала возникло немало споров. Это было связано с бюджетным финансированием телеканала и определенными вопросами относительно победы в конкурсе на получение частот: «Победа „Звезды“ была предрешена. По словам источников в бывшем Минпечати, военные давно положили глаз на 57-ю частоту и говорили, что если она не достанется им, то не достанется никому. Рядом с этой частотой проходят стратегические военные частоты, и Минобороны в интересах государственной безопасности легко накладывало запрет на использование 57 ТВК» [5].

Однако самые большие претензии со стороны экспертов телевизионного общества были предъявлены прежде всего к информационной политике «Звезды». Не отрицая необходимость воспитания аудитории в русле патриотизма, многие видные телевизионные деятели сходились во мнении, что такой способ формирования патриотов путем, по сути, прямой пропаганды, будет неэффективным, а следовательно, является в корне неправильным и влекущим за собой необоснованные финансовые затраты, которые могли быть использованы для решения конкретных государственных задач.

Эдуард Сагалаев после презентации «Звезды» высказал мнение, что «десятки миллионов долларов, которые потребуются для создания полноценного патриотического телеканала, пригодились бы на военную реформу, на борьбу с дедовщиной, на улучшение жизни солдат и офицеров» [7].

Глава «Медиа-Союза» Александр Любимов выразил опасения многих в обществе относительно вероятной подачи темы патриотизма на новом телеканале, схожей с советской открытой пропагандой: «Может быть, для руководителей канала идея патриотического воспитания и важна. Но сейчас телевизионный климат

поменялся, и встает вопрос дозировок патриотизма. Массовый зритель стал тонким и чутким психологом и любит блюда деликатесные. Если „Звезда“ будет подавать ему исключительно патриотизм и жизнь армии — смотреть этот канал никто не будет» [8].

Низко оценил шансы нового телеканала завоевать свою аудиторию и достичь поставленных целей и Анатолий Лысенко, один из создателей программы «Взгляд» и ВГТРК, с которым консультировались представители Минобороны: «Чтобы выстроить канал, недостаточно иметь хороший опыт общения с генералом. Организовано на „Звезде“ все крайне невнятно. У меня такое ощущение, что эти люди верят, что все можно будет сделать по приказу — как в армии» [7].

Тем не менее вопреки массовой критике на этапе своего становления телеканал «Звезда» при мощной государственной поддержке показал, по нашему мнению, достаточно динамичные темпы развития, учитывая существующую жесткую конкуренцию на российской телевизионном вещательном рынке.

Несмотря на то, что изначально телеканал позиционировался как малобюджетный проект, коммерческую составляющую создатели не игнорировали. Тем более в данном случае коммерческий подход к формированию информационной и финансовой политики был неким доказательством того, что телеканал «Звезда» действительно готов выполнять не только госзаказ в виде пропаганды службы в армии и восхваления первых лиц Министерства обороны, но и создавать разнообразный качественный телевизионный продукт, который будет иметь успех среди различных сегментов аудитории. Хронология развития телеканала «Звезда» доказала, что государственная поддержка в сочетании с современными коммерческими подходами способна дать неплохие результаты.

20 февраля 2005 г. состоялся первый эфир телеканала на территории Москвы и Московской области. Вещание осуществлялось в течение дня. Но уже спустя три месяца, в мае 2005 г., «Звезда» работает в круглосуточном режиме. А спустя год первый патриотический телеканал вещает на всю Россию. В 2007 г. происходит заметный рост аудитории. К этому времени от 20 до 40% программ производится силами телеканала и студией Министерства обороны РФ, а остальная часть покупается у ведущих производителей качественного телевизионного продукта, в том числе социально ориентированного телеканала «Культура» и межгосударственной телерадиокомпании «Мир».

В связи с возрастающей популярностью и расширением предлагаемых зрителю программ телеканал «Звезда» в 2007 г. включен в основной пакет «НТВ-плюс». Окончательное же признание «Звезды» как востребованного в России закрепляется в 2009 г., когда телеканал получает статус федерального.

Менее чем за пять лет своего существования первый патриотический телеканал на российском телевизионном рынке доказал обоснованность своего существования, завоевал особую нишу в повседневном вещании.

По признанию руководства, завоевание отдельной телевизионной ниши за сравнительно короткие сроки связано с верным выбором содержания сетки вещания: «Телеканал „Звезда“ начал свое вещание в 2005 году. Почти сразу ему удалось занять свою нишу среди десятков конкурентов и предложить зрителю

совершенно новый продукт... Отличительная черта телеканала — сочетание документалистики и художественного кинопоказа с качественным информационным вещанием» [8].

Выбор телевизионного продукта напрямую связан с целевой аудиторией телеканала, которую «Звезда» с первых дней своего существования четко определяет: «Ядро аудитории телеканала „Звезда“ — мужчины в возрасте 25—60 лет, приносящие основной доход семье. Люди думающие, интересующиеся, склонные к познанию, ценящие гармонию, благополучие и комфорт. В основном, программная политика телеканала направлена на удовлетворение вкуса именно этой части аудитории. Хотя среди зрителей Звезды есть и женщины, и дети» [8].

Программная политика телеканала, без всяких сомнений, принесла положительные результаты. По данным официального сайта телеканала, за пять лет своего существования с 2005 по 2010 гг. патриотический канал значительно улучшил долю телесмотра как в больших городах, так и в целом по стране: рейтинговые показатели увеличились примерно в 12,5 раз. В настоящее время телеканал «Звезда» осуществляет свое вещание в 1030 городах, в 78 субъектах Российской Федерации. Потенциальная аудитория составляет более 61 миллиона человек. Эти цифры постоянно увеличиваются. Таким образом, существование специализированного патриотического телеканала в Российской Федерации перестало быть проектом, а превратилось во вполне осознанную реальность, что еще раз свидетельствует о запросе не только государства, но и времени на патриотическую тематику и социально ориентированное телевидение. Сама возможность существования патриотического телеканала обусловлена потребностью аудитории в том продукте, который этот канал может предложить. В этом вопросе государственные потребности в обеспечении стабильности в стране, в том числе и с точки зрения существующей власти, совпали с потребностями аудитории в позитивной информации, просветительских и образовательных телепрограммах. В связи с этим, на наш взгляд, можно говорить не только о сугубо идеологической, но и о социальной необходимости существования патриотического телевидения, которое представлено в настоящий момент в России телеканалом «Звезда».

В рамках изучения эволюции темы патриотизма на отечественном телевидении изменения в эфирной сетке телеканала «Звезда», а также развитие его уникального патриотического телепродукта являются еще одной яркой иллюстрацией существующих тенденций отечественного телевидения.

Одним из главных опасений общественности, которые пытались развеять создатели телеканала «Звезда», была «зацикленность» на военно-патриотической тематике.

С одной стороны, избрание именно этого направления воспитания патриотизма было вполне понятным, ведь канал принадлежал Министерству обороны РФ.

С другой стороны, «Звезда», несмотря на звание первого патриотического телеканала, позиционировал себя не как военный, а как гуманитарный телеканал. Следовательно, зритель вполне осознанно ожидал видеть здесь не только передачи об армии, но и о достижениях нашей страны в самых разных областях, программы

об истории и современной жизни России и ее гражданах, иллюстрацию традиций и пропаганду нравственных ценностей путем создания позитивных телепередач по самой широкой тематике.

Тем не менее первые шаги телеканал «Звезда» делал именно на материале, предоставленном Министерством обороны РФ. На момент выхода в эфир на территории Москвы и Московской области зрителям были предложены проекты, так или иначе связанные с жизнью армии и оборонно-промышленного комплекса. «Несмотря на обещания сделать новый телеканал „Звезда“ массовым и общечеловеческим, он будет сугубо военным, по крайней мере первое время. На торжественной презентации канала в Театре Российской армии потенциальным его зрителям — действующим и отставным военным — были представлены исключительно телепроекты об армии и оборонке» [4].

Первыми передачами патриотического телеканала стали проекты: тележурнал об армии «Камуфляж», зарисовки о жизни военных «Служу России», познавательная программа о видах вооружений «Оружейка», телевизионные очерки об известных военных династиях «Вера. Надежда. Любовь», программа о музыке «Военная лира».

Интересен телепроект «Звезды» первых месяцев вещания под названием «Служивые люди». С одной стороны, он не выбивался из общей сетки вещания, так как тоже касался армейских будней, с другой — это был проект, построенный по канонам современного телевидения, в том смысле, что для привлечения внимания зрителя активно использовался так называемый «звездный фактор» — о своих армейских буднях зрителям рассказывали известные люди, артисты и звезды шоу-бизнеса.

Отсутствие широкого набора тем и предпочтение темы армии распространялось даже на спортивное вещание, представленное программами об армейском спортивном клубе ЦСКА. С самого начала было очевидно, что в таком виде телеканал «Звезда» не сможет собрать у экранов достаточное количество зрителей, чтобы прочно укрепиться в эфире. Несмотря на то, что программы, представленные первое время на «Звезде», были посвящены военно-патриотическим аспектам, отсутствие гражданской тематики, обилие военных терминов в текстах, зачастую однообразный «армейский» видеоряд создавали ситуацию, когда зритель и создатели программ говорили на разных языках.

Кроме того, после практически полного отсутствия положительной информации об армии, упадка военно-патриотической работы в обществе, снижения престижа патриотизма в 1990-е гг., такой большой объем положительной информации на тему военно-патриотического воспитания обесценивал эффективность программ, так как за ними зритель четко прослеживал идеологическую составляющую, которая очень напоминала партийную пропаганду в СССР.

Поэтому содержание эфира телеканала «Звезда» постоянно дорабатывалось как за счет собственных усилий творческих сотрудников, так и за счет привлечения телепроектов крупных производящих компаний.

Вскоре сложилось современное «лицо» телевизионного дня на телеканале «Звезда». Его основу составили информационное вещание, документальный и ки-

нопоказ. Это основные пласты телевизионного контента канала. В 2007 г. телеканал значительно сокращает объемы собственного производства, оставляя за собой программу новостей и создание ряда документальных фильмов.

Главные программы, которые составляют основу вещания телеканала, вполне вписываются в концепцию «Звезды»: популяризация национального, исторического и культурного наследия страны, развитие патриотических чувств у молодых людей.

Одним из главных телепроектов на протяжении всего существования канала «Звезда» является программа «Служу России». Само название уже дает представление о предшественнике этой передачи. Программа во многом унаследовала традиции известной советской военно-патриотической передачи «Служу Советскому Союзу». Традиции советского телевидения, выраженные в пропагандистских, патриотических лозунгах обнаруживаются себя с первых секунд просмотра. Даже закадровый текст промо-ролика программы выполнен в виде лозунга-призыва, в котором все, от замысла до использованных лексических единиц и формы, работает на образ телепроекта: «Шахтер добывает руду, руда станет сталью. Спасибо его труду — сталь в танке станет деталью. Ребенок играет в героев прошлого, чтобы стать настоящим героем. Подрастет — возьмешь в разведку его. Наградишь потом перед строем. Так процесс создает прецеденты: на земле, в небе, в Вооруженных Силах, о которых расскажут корреспонденты программы „Служу России“». Стихотворная форма в сочетании с короткими простыми предложениями и строгой, торжественной интонацией диктора дают ощущение причастности к чему-то великому, создают атмосферу значимости того материала, который создатели программы хотят показать зрителю. Выбор языковых средств самих сюжетов, составляющих основу проекта «Служу России», также предполагает использование простых форм литературного языка в сочетании с торжественностью, почти монументальностью смысловых акцентов и интонаций рассказчика. Таким образом, закадровый текст усиливает содержательную сторону сюжетов, повествующих о жизни современной армии, уникальных судьбах военных, фронтовых историях. Использование различных сравнений, метафор, олицетворений, а также качество и мастерство операторов создают целостную позитивную картину жизни российской армии. Минусом передачи, на наш взгляд, является почти полное отсутствие критических замечаний, что наравне с творческими находками еще раз говорит о прямой связи передачи с ее советским аналогом.

Телепрограмма «Военный совет» тоже построена по известным канонам подобных проектов. Это телебеседа с представителем той или иной военной структуры. Создана программа с конкретной целью — давать ответы на злободневные вопросы аудитории по вопросам, связанным с армией и обороной.

Еще одним из значимых телепроектов в истории телеканала «Звезда» стала авторская программа «Русский характер» Евгения Кириченко. В этом проекте военный журналист знакомит зрителя с сильными духом, мужественными людьми, которые каждый день своим примером доказывают, что твердость духа, воля к победе способны творить чудеса. Примеры национального русского характера пред-

стают в образе одного центрального героя программы (миротворца, участвовавшего в отражении агрессии в Цхинвале, ветерана боевых действий в Афганистане, для которого жизнь после ранения превратилась в ежедневную борьбу с собой, и других). В жанровом отношении этот проект можно отнести к специальному репортажу с элементами портретного очерка.

Отличительной особенностью цикла является минимальное использование выразительных языковых средств в закадровом тексте. Для собственных комментариев автор избирает стиль репортажа, строго фактологичного и простого по структуре. Основные эмоции дает прямая речь героя очередного выпуска, искренность такой исповеди компенсирует откровенно бедный видеоряд и отсутствие каких-либо лексических и художественных находок в журналистском тексте. Этот прием, назовем его условно «авторская отстраненность от повествования», проявляется во многих проектах телеканала «Звезда». На наш взгляд, этот творческий ход имеет положительный результат, так как высокий стиль речи с множеством ярких эпитетов и образных сравнений в рассказе о подвиге, мужестве, патриотизме, как правило, является лишним. В журналистских текстах такого рода на эмоциональное восприятие в большей степени влияет сам факт, а усилить воздействие журналист может через сопоставление известных фактов, путем отбора и расстановки материала в тексте, с минимальным использованием художественно-выразительных языковых средств.

Еще одна телепередача канала «Звезда» в жанре очерка называется «Курс личности» с Ильей Роговиным. Это тоже рассказ о необычных людях, однако в отличие от «Русского характера» в этом проекте предстают в основном гражданские лица, спортсмены, актеры, режиссеры, и просто интересные личности. Телепроект выполнен в современном стиле с элементами клипового, эклектичного монтажа. Необычные ракурсы съемки, спецэффекты, обилие деталей как в видеоряде, так и в тексте создают атмосферу легкости и позитивного отношения к жизни, которое передает зрителю ведущий. Стоит отметить, что этот проект значительно отличается от ранних проектов телеканала «Звезда» по набору творческих приемов.

В «Курсе личности» задача — не только донести до зрителя нормы нравственного отношения к жизни и окружающим, которые показывают на своем примере герои передачи, но и удовлетворить эстетический интерес аудитории. Удачный отбор видеопланов, качественный подход журналиста к съемке стендапов, динамичность сюжетной линии — все это работает на более эффективное восприятие смысла. Особый интерес представляет журналистский текст. В нем присутствуют образность, элементы языковой игры, нестандартные подводки, описания и сравнения, образное представление масштабов события и числовой информации, факты о героях, облеченные в форму доброй иронии и юмора: «Чудо современной легкой промышленности — татами»; «Духова — преподаватель очень строгий, требует от других того, что у нее самой не получилось. Не получилось стать профессиональной танцовщицей...»; «Согласно исследованиям, 68% профессиональных хоккеистов потеряли на льду хотя бы по одному зубу. Овечкин — не исключение. Исключение то, что он этот зуб себе так и не вставил. Он всегда любил выделяться»; «Осень для дворника — пора категорически унылая. И никакого тебе здесь интеллигентского очарования. Они падают, а ты мети».

Динамичность сюжетной линии придают появления журналиста Ильи Роговина в кадре, в данном случае в стендапе он использует старый прием «испытано не себе», становясь на место своего героя, причем делает это с долей юмора и самоиронии, тем самым оттеняя героя и его достижения.

«Курс личности» — это одна из программ телеканала «Звезда», призванная, на наш взгляд, разбавить сугубо военно-патриотическое направление, которое царит в эфире. Еще одним таким «гражданским», но поистине патриотичным проектом стала телепрограмма «Обыкновенное чудо» с Туттой Ларсен. Это документальная программа о сохранении семейных традиций, нравственной и духовной красоте современного человека. Ведущая телепередачи в интервью корреспонденту газеты «Известия» предельно просто объясняет замысел этого проекта: «Абсолютно в каждой семье — выйди в подъезде на лестничную клетку, позвони в дверь — есть какой-то небольшой подвиг. Людям говоришь: „Здравствуйте, я хочу снять передачу о вашей семье“. — „Ой, да что снимать, мы простые люди!“ А простых не бывает. У каждого есть в жизни момент, когда он становится борцом, творцом и отцом, как говорил герой нашей первой передачи, фотограф Владимир Мишуков. Просто люди должны увидеть, что существуют вещи поважнее денег, кризиса и собственных проблем» [3].

Героями документальных телефильмов в рамках проекта становятся совершенно разные семьи, это и семья фотографа Мишукова, в которой растят ребенка с синдромом Дауна, и знаменитые театральные династии, и семья Шевчук, в которой родились сразу четверо детей. Авторы проекта показывают зрителям необычные семьи, но с совершенно обычным, традиционным пониманием счастья, которое не укладывается в понятие о материальных ценностях или личной выгоде.

Основное отличие телеканала «Звезда» от главных федеральных телеканалов, на наш взгляд, как раз и заключается в способности создавать подобные телепроекты, социальная значимость которых не измеряется только рейтингом и количеством рекламы. Рассуждая о необходимости подобных телепередач, Тутта Ларсен подчеркивает: «Думаю, социальные программы должны быть вообще вне рейтинга. Существует же какое-то понятие имиджа, да? Можно делать деньги на энтертейнменте, на кино, но такие передачи просто полезны зрителю. Может, надо и об этом подумать тоже?» [3].

Позитивную оценку телепроект получил и у критиков, которые пишут о телевидении. Виктория Волошина, обозреватель газеты «Известия», написала в своей статье на эту тему: «Чуть ли не впервые за многие годы смотрела по нашему ТВ не „интриги, скандалы, расследования“, а нормальную передачу про нормальных людей» [2]. Призывы показывать именно обычных нормальных людей звучат давно, но только единицы телеканалов федерального уровня готовы совершить подобный акт патриотизма по отношению к своей аудитории: «В психофизиологии есть широко известный прием обратной связи: когда у вас плохо на душе, постарайтесь улыбнуться или спеть веселую песенку. Как только вы растянете мышцы лица в улыбку, нейроны головного мозга настраивают его на позитив. Я уверена, что этот принцип обратной связи распространяется и на большие массы народа.

Покажите нам, как много среди нас честных, добрых, преданных, семейных, нормальных людей, и мы станем еще лучше. Нам жить захочется, а не пить горькую от ужаса окружающего мира» [2].

Важную роль в формировании патриотических чувств играют документальные фильмы телеканала «Звезда», повествующие как о прошлых достижениях нашей страны в области науки и техники, так и об успехах в настоящем. Названия документальных телефильмов на патриотическом канале говорят сами за себя: «Автомобили в погонах», «Броня России», «Крылья России», «Лучший в мире истребитель — СУ-27», «Морская сила России». Это действительно качественные, классически исполненные публицистические фильмы. Но все они посвящены конкретной узкой теме, связанной с оборонным комплексом. Эти телепроекты привлекают внимание целевой аудитории телеканала, но не широкую зрительскую аудиторию. На наш взгляд, некоторые творческие приемы, в том числе и выбор языковых средств в журналистском тексте, частично могли бы переломить эту ситуацию. Ведь закадровый комментарий фильмов, который составляет значительную часть каждого проекта, зачастую перегружен военными и техническими терминами, обилием числовой информации. В связи с этим для широкой аудитории канала чересчур громоздкий по форме текст затрудняет понимание содержания.

Немалое значение для образа первого патриотического канала имеют специальные телевизионные акции «Звезды». Как правило, это сквозное вещание в виде промо-роликов, специального отбора фильмов для кинопоказа (в соответствии с конкретной датой), отдельные телевизионные программы. Примерами специальных акций можно считать такие проекты, как «День ВДВ на „Звезде“», «День ВВС», которые тоже выполнены в соответствии с военно-патриотическим направлением.

Особое место на телеканале «Звезда» занимает тема Великой Отечественной войны. Патриотическая ниша «Героика подвига» — это находка телеканала и его положительная особенность. Помимо большого количества разнообразных документальных фильмов по этой теме «Звезда» находит и другие способы развивать данную тему. Специальные акции этого направления транслируются не только накануне Дня Победы, но и в течение всего телевизионного сезона.

За время своего существования «Звезда» предложила зрителя несколько таких проектов, самыми яркими из которых являются «9 мая. Личное отношение» и «Победители». Первый проект представляет собой художественные короткие ролики молодых режиссеров, в которых с учетом современных тенденций авторы предлагают свое видение Победы и отношения к ней в обществе.

Во втором телепроекте в коротких роликах, которые заполняют межпрограммное эфирное время телеканала, зритель знакомится с ветеранами ВОВ в их коротком рассказе о ярких событиях их личной военной жизни. Сочетание художественных образов с документальностью, свежего взгляда молодого поколения со свидетельствами участников, настоящих героев, дает в совокупности положительный воспитательный эффект подобным телевизионным проектам.

Героика подвига на широком военно-патриотическом материале представлена также в проекте «Знай своих героев!», который обращен к молодому поколению. В коротких анимационных роликах предстает крупная фигура отечественной военной истории с основными вехами жизни. С точки зрения телевизионных творческих приемов этот проект отличается несколькими элементами: стилизация изобразительного ряда под популярные в молодежных руках гаджеты, вступительные и заключительные слова, которые характеризуют представленную фигуру (например, в ролике о К.Г. Рокоссовском: вступительная часть — «Отступать некуда», заключительная часть — «Коль умереть придется, так с чистой совестью»), перенесение представления героя в окончание ролика, после перечисления заслуг (усиление эффекта запоминания), и конечный призыв — «Знай своих героев!».

Третий содержательный пласт телеканала «Звезда» — это кинопоказ. Его основу составляют фильмы, вошедшие в «золотой фонд» советского и российского кинематографа. Помимо военно-патриотических кинофильмов «Звезда» предлагает своему зрителю и фильмы, пропагандирующие патриотическое поведение в мирной жизни. С этой точки зрения телеканал наиболее выгодно отличается от основных федеральных телеканалов.

Таким образом, первый патриотический телеканал в России придерживается поставленной планки качества программ и концепции вещания. «Звезда» действительно предлагает российской аудитории большое количество телепередач, которые, по словам В.М. Березина, «поддерживают традицию русского литературы. Они не могут пройти мимо фактов и явлений меняющейся действительности, отражение которых, может быть, не делает чести их авторам и участникам. Но важна конечная цель телевизионной коммуникации — показ образцов нравственного поведения, активного участного сознания, красоты духа россиян и в этих условиях» [1].

На фоне общего недостаточного освещения темы патриотизма на современном телевидении телеканал «Звезда» можно признать определенным прорывом. Однако есть ряд моментов, которые в значительной мере снижают эффективность работы в данном направлении. Чрезмерное обилие военно-патриотической тематики при значительно меньшем использовании в телевизионных передачах других аспектов патриотического воспитания способно оттолкнуть массовую аудиторию, оставив у экранов только определенный узкий круг профессионалов. О таких тенденциях говорят и рейтинги телеканала по сравнению с конкурентами. Популярность телеканала «Звезда» среди российской аудитории остается невысокой. Это еще раз говорит о необходимости развиваться в сторону «гражданской журналистики», ведь только взвешенное соотношение между военно-патриотическим и общегуманистическим направлением в телевизионных передачах, на наш взгляд, может принести эффективные результаты в воспитании патриотизма средствами телевидения. Очевидно, что в потоке криминальных и развлекательных телепрограмм низкого качества на основных федеральных каналах, которые, по сути, продолжают размывать нравственные ценности и ведут к откровенной деградации аудитории, усилиями одного отдельно взятого телеканала вряд ли можно существенно поменять ситуацию.

Воспитание патриотических ценностей на российском телевидении в полной мере будет возможно в общем стремлении государства, общества и представителей телевидения найти способы построения общественного вещания, которое сможет удовлетворить запросы аудитории на социально ориентированные передачи, власти — на патриотизм, а всей страны — на полноценное развитие в качестве сильного, цивилизованного и высоконравственного государства.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Березин В.М.* Массовая коммуникация: сущность, каналы, действие. — М.: РИП-Холдинг, 2003.
- [2] *Волошина Н.* Норма жизни как чудо // *Известия*. — 01.04.2009.
- [3] *Киеня Н.* Тутта Ларсен: «Все счастливые семьи счастливы по-разному» // *Известия*. — 3.04.2009.
- [4] *Кузин Е.* Телеканал «Звезда» не хочет снимать мундир // *Известия*. — 26.04.2005.
- [5] *Кузина М.* Ивану Демидову дали армейскую «Звезду» // *Известия*. — 19.03.2004
- [6] Патриотический канал «Звезда» начнет вещание с мультфильмов, музыки и кино // *Lenta.ru*, 16.02.2005. URL: <http://lenta.ru/most/2005/02/16/star/>
- [7] *Степанова Н.* Телевидение по заказу // *Известия*. — 15.02.2005.
- [8] URL: <http://www.tvzvezda.ru/about/>

FIRST SPECIALIZED RUSSIAN PATRIOTIC CHANNEL “ZVEZDA”: HISTORY, PROGRAMS, EFFECTIVE IMPACT ON THE AUDIENCE

A.N. Shirobokov, M.V. Martynenko

Department of mass communications
People's Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

The article discusses the creation and development of first in Russia specialized patriotic channel “Zvezda”. Authors make an analyze programs in terms of their effectiveness in the promotion and inculcation of patriotism.

Key words: patriotism, television, patriotic TV program, TV channel “Zvezda”, spiritual values.