

УДК 008:621.397.13
ББК 60.524.224.53
DOI 10.25281/2072-3156-2021-18-5-468-478

Е.Е. ЗАХАРОВ

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК КУЛЬТУРНО-КОММУНИКАТИВНАЯ СИСТЕМА: НАПРАВЛЕНИЯ ЭВОЛЮЦИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ГРАНИЦЫ

Евгений Евгеньевич Захаров,
Саратовский государственный технический университет
им. Гагарина Ю.А.,
Институт прикладных информационных технологий
и коммуникаций,
кафедра медиакommunikаций,
доцент
Политехническая ул., д. 77, Саратов, 410054, Россия

кандидат филологических наук, доцент
ORCID 0000-0002-2559-5659; SPIN 5304-1365
Email: zaharovee@gmail.com

Реферат. В отечественной науке до сих пор не сложилось устойчивое понимание сущности и родовой принадлежности телевидения, которое продолжает оказывать мощное разнонаправленное воздействие на культурные и социальные процессы современности. Предлагаемая характеристика телевидения как самостоятельной культурно-коммуникативной системы позволяет подчеркнуть его функционирование в качестве отдельного культурного феномена, не сводимого к другим формам коммуникативной деятельности. При этом в русле системно-куль-

турологического подхода в статье обосновывается взаимодействие внутри телевизионной системы основных системообразующих факторов: художественно-развлекательного, экономического, информационного, политического и технологического. Методологической основой изучения телевидения как системы должен стать постоянный учет всех указанных факторов при рассмотрении любого аспекта телевизионной коммуникации.

Системно-диахронический анализ телевидения, раскрывающий основные направления его нелинейного развития через взаимовлияние системообразующих факторов, позволил сделать несколько выводов.

Современное телевидение все больше выступает не столько как средство, сколько как способ коммуникации. Это приводит к редуцированию значимости контента телевизионного высказывания и, наоборот, к абсолютизации формата, который обуславливает и сам контент, и ритуализованные процессы телевизионной коммуникации.

Значительные изменения в телевизионной коммуникации произошли в первые десятилетия XXI в. под воздействием интернет-технологий: индивидуализация телесмотрения и распространение «внестудийных» форм телепроизводства, повышение каче-

ства изображения и демократизация технологий видеосъемки приводят к тому, что телевидение перестает воспринимать себя как утилитарное средство транслирования внекадровой реальности, а все больше позиционируется в качестве самостоятельного культурного источника.

Телевидение в XXI в. расширило свои границы, вобрав в себя обширную сферу интернет-, видеокоммуникаций. Под современной телевизионной системой мы можем понимать совокупность аудиовизуальных сообщений, предназначенных для публичного показа и воспринимающихся в неспециализированных повседневно-бытовых условиях.

Ключевые слова: телевидение, телевизионная коммуникация, телевизионная культура, определение телевидения, медиа, система, эволюция, интернет-видео, технология, видеоарт, экранные искусства.

Для цитирования: Захаров Е.Е. Телевидение как культурно-коммуникативная система: направления эволюции и современные границы // Обсерватория культуры. 2021. Т. 18, № 5. С. 468–478. DOI: 10.25281/2072-3156-2021-18-5-468-478.

Определение онтологической сущности и родовой принадлежности телевидения в условиях фатальной дисциплинарной разомкнутости современного гуманитарного знания сопровождается труднопреодолимыми разночтениями, которые, усугубляясь аморфностью существующего дефинитивного аппарата, вынуждают едва ли не каждого исследователя ТВ заново объясняться по поводу понимания его функциональной природы. Наиболее распространенной методологической ловушкой в отношении телевидения является соблазн директивно-нормативистского нравоучительства, которое фиксирует многочисленные примеры «нарушения» телевидением неких внешних этических «кодексов»: либо системы ценностей «чистой», объективной и беспристрастной журналистики [1, с. 248–257], либо высоких ориентиров художественной культуры [2, с. 8–9].

О СУЩНОСТИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Телевидение как сложная и непрерывно изменяющаяся система не способно встроиться в идеальные модели частных методологических подходов, поэтому модальность долженствования, составляющая пафос некоторых не только критико-публицистических, но и научных работ о телевидении, вряд ли может считаться плодотворной и целесообразной. До сих пор не кажется

преувеличением давний тезис В.И. Михалковича о том, что «социальный статус» телевидения «не идет ни в какое сравнение с теоретическим его статусом, иначе говоря — с углубленным, методологически обоснованным изучением ТВ» [3].

Одной из главных проблем в изучении телевидения является то, что отечественная научно-образовательная практика продолжает некритически тиражировать безоговорочное представление о ТВ как об одном из видов средств массовой информации. Здесь, вслед за И.М. Дзялошинским, следует прежде всего усомниться в научной обоснованности использования самого словосочетания «средство массовой информации», искусственно введенного в языковой обиход по идеологическим соображениям и декларирующего пропагандистскую односторонненность газетно-журнальной периодики [4, с. 9]. Между тем еще В.С. Саппак убедился, что «телевидение <...> не может ограничиться лишь функцией информационной» [5, с. 58]. Можно вспомнить и то, что в свое время Р. Уильямс высказывался против обозначения радио и телевидения как «массовых» институтов, поскольку вещание, хоть и охватывало обширную аудиторию, выступало с предложением «индивидуального набора» контента [6, с. 17]. Современные тенденции по индивидуализации телесмотрения делают употребление характеристики «массовый» по отношению к телевизионной коммуникации еще более проблематичным. Наконец, Н.Б. Кириллова выступает против узкого толкования понятия «средство»: «Медиа — это не просто средство для передачи информации, это целая среда и даже среды, в которых производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [7, с. 14].

Нет сомнения, что с точки зрения теории массовой информации и теории журналистики электронная передача аудиовизуальных сообщений зарекомендовала себя в качестве эффективного способа организации информационных потоков. Однако традиционный информационно-журналистский подход, актуализируя творческо-технологический аспект создания контента и производственный аспект его распространения, как правило, абстрагируется от рецептивных механизмов его функционирования и упускает из виду, что потребность аудитории в информационном телевещании постепенно снижается [8, с. 557], а классическое новостное телевидение, в том числе из-за оттока аудитории в интернет-пространство [9, с. 26–27], перестает играть решающую роль в формировании телевизионной коммуникации. Получается так, что значительная часть телевизионной продукции — игровые шоу, постановочные программы и телесериалы, музыкальные видеоклипы, концерты, а сегодня еще и блоги, стримы и т. п. — остается за пределами внимания и понимания информационно-журналистской теории.

Ф.И. Шарков в качестве критерия теоретического разграничения понятия «СМИ» и категории «средства массовой коммуникации» предлагал использовать принцип периодичности [10, с. 26]. Однако если на протяжении XX в. периодичность выхода телепрограмм, как правило, коррелировала с запросами аудитории и включалась в контекст «действительного зрительского времени» [11, с. 52], то в первые десятилетия XXI в. появилась и начала распространяться тенденция «внепрограммного», дискретного телесмотрения. «Современному зрителю телевидение доступно через множество каналов, платформ, экранов, и не только в момент “живой” трансляции, но и “по запросу”, в любое время» [12, с. 74]. Иными словами, прежде незыблемые принципы периодичности и программности ТВ по отношению к современной телевизионной коммуникации могут применяться только с большими оговорками.

В.И. Михалкович в своей концептуальной работе отграничивал ТВ от СМИ на основе качества, так сказать, рецептивной дистанционности: «Всё онтологически и пространственно далекое ТВ сделало близким, придвинув на расстояние взгляда, что позволяет оптически “ощупывать” увиденное, любоваться и наслаждаться им» [3]. Однако и в более поздних исследованиях приходится доказывать, что «телевидение не тождественно тележурналистике» [13, с. 109]. Более того, стремительно меняющийся ландшафт телевизионного функционирования заставляет сомневаться и в том, что журналистика остается «стержнем» (А.П. Короченский [14, с. 3]) или «ядром» (М.А. Мясникова [5, с. 109]) телевидения: бурное распространение «нишевых» и узконаправленных тематических телепроектов окончательно растворяет журналистский компонент среди других содержательных составляющих телевизионного дискурса.

Объясняя сущность кода «информация/неинформация» в функционировании медиа, Н. Луман указывает, что «информацию невозможно повторить; воплотившись в событиях, она превращается в неинформативные данные. Известие, распространяющееся повторно, хотя и сохраняет свой смысл, однако теряет свою информационную значимость» [15, с. 36]. Современное телесмотрение, нарушающее принцип сиюминутности и допускающее запись и повторный просмотр контента, подтверждает тезис о постепенной редукции информационной составляющей телевизионного дискурса.

Другое распространенное определение телевидения — как одного из видов искусства — оказалось не столь устойчивым. Коренное отличие ТВ от традиционных искусств В.И. Михалкович тонко объясняет особой настройкой имплицитного реципиента, который не встраивается в комму-

никативное пространство художественной реальности, как в классическом художественном тексте, а принципиально фиксируется в его собственной бытовой повседневной среде [3]. И хотя старое суждение о том, что «телевидение широко, как никакое другое средство коммуникации, пользуется возможностями искусства» [16, с. 11], не подвергается сомнению, приоритет документальной образности и преобладание как бы внехудожественного массово-развлекательного контента вызывает у современных наблюдателей стойкое нежелание ассоциировать телевидение с парадигмой искусства в его традиционном понимании. Однако неслучайно И.М. Дзялошинский в своей новейшей работе рассматривает телевидение в числе синтетических видов искусства, признавая уникальность его ресурсов в конструировании современного социума [17, с. 495–496].

Недостаточная стабильность и неопределенность толкований сущности телевидения вызывает вполне объяснимые попытки исследователей предложить новые варианты его предметной соотнесенности: «Телевидение — это, прежде всего, порождение экономических отношений в обществе и имеет скорее социально-экономическую природу, нежели иную другую» [18, с. 99]. Несомненно, с той же степенью достоверности можно обосновать, скажем, технологическую или социально-политическую доминанту телевизионного дискурса, однако следует согласиться с утверждениями М.А. Мясниковой о том, что «каждый раз телевидение оказывается шире той области, с которой его сопоставляют» [19, с. 41] и что «в исследованиях телевидения оно идентифицируется с какой-то одной из его сущностей <...> в ущерб остальным. Тем самым <...> умаляется его ценность как целостной системы» [20, с. 17].

С точки зрения целостного понимания телевидения наиболее корректным сегодня можно было бы считать сопоставление ТВ со сферой медиа, однако такой подход существенно осложняется тем, что смысл этого слова «растворяется в многообразии денотатов, трудно схватываемых в одном понятии» [17, с. 376]; слово «медиа» часто используется как синонимический заменитель аббревиатуры «СМИ», а такая трактовка вряд ли приближает к осмыслению сущностных качеств телевидения.

При этом в отечественной науке так, по сути, и не прижилось предложенное М. Маклюэном понимание медиа как «внешних расширений человека», т. е. инструментов связи человека с внешним миром, которые вполне можно назвать средствами коммуникации, но не в смысле производственно-экономических институций, а в значении вырабатываемых человеком культурных механизмов функционирования в окружающем мире. Исходя

из такого понимания, телевидение — как и речь, письменность, печать и т. д. — это медиум, т. е. технологически опредмеченная коммуникативная потребность человека, это *способ* коммуникации, соответствующий определенной стадии технологических возможностей и вырабатывающий свой собственный уникальный язык. По логике М. Маклюэна, каждый из *медиумов* должен рассматриваться как новый, отдельный этап коммуникативно-технологической практики человечества, а это доказывает необходимость индивидуального подхода к каждому из медиумов, а обобщающее понятие «медиа» в таком понимании, действительно [4, с. 10], становится синонимическим эквивалентом понятия «коммуникация».

Поэтому, не отрицая плодотворности обобщающих подходов к феномену массовой коммуникации, следует тем не менее признать самостоятельный, в определенной степени обособленный характер коммуникативной природы телевидения, который требует специализированного подхода и при этом сопротивляется искажающим толкованиям в ряду СМИ, медиа, других видов искусства и пр.

При определении родовой принадлежности ТВ важно заметить, что данная В.И. Михалковичем характеристика сущности телевидения как «зрелища мира», которое дает возможность реципиенту «ликвидировать зияние между «я» и «не-я»» [3], по сути, воспроизводит представление об идеальной коммуникации, т. е. о диалоге двух равноценных субъектов, в котором генерация смыслов происходит на стыке двух сознаний. Такое понимание ТВ соотносится с суждениями М. Маклюэна о телевидении как о «холодном» средстве коммуникации, которое требует высокой степени участия, вовлеченности аудитории в процесс коммуникации, в «достраивание недостающего» [21, с. 27].

М.С. Каган, создатель одной из авторитетных концепций теории культуры, помещал коммуникацию в разряд основных форм культурной деятельности и связывал ее с процессами распредмечивания и распространения культурных ценностей. Исследователь, правда, использовал термин «общение», противопоставляя его «коммуникации» как монологическому акту директивной, «облигаторной» передачи сведений, которая обречена на убывание информации в каналах связи. Однако «общение», которое объясняется М.С. Каганом как «совместная <...> выработка информации, благодаря сотворчеству воспринимающего», как особый метод «постижения продуктов гуманитарного знания», который основан на диалоге двух равных индивидуально-культурной информации [22, с. 245–251], отчетливо перекликается с коммуникативной категорией «между», которую вслед за М. Бубером использует В.И. Михалкович.

Существуют и другие теории, определяющие роль коммуникации в системе культуры, например, рассматривающие культуру как «совокупность разных способов и средств коммуникаций — вербальных, невербальных, виртуальных» [23, с. 20] и отождествляющие «культуру как процесс» с коммуникацией [22, с. 16].

Так или иначе, если понимать культуру не в обыденном смысле, сужающем ее до границ духовной или художественной культуры, можно признать наиболее корректным родовым определением телевидения его статус как самостоятельного *культурно-коммуникативного явления*, которое функционирует как «синкрез» [24, с. 15], т. е. нерасчленяемое единство составляющих его элементов. Однако вопреки утверждению М.А. Мясниковой, телевидение не является одновременно «и искусством, и СМИ, и школой жизни, и инструментом развлечения, и фактором политики и т. д.» [20, с. 17], а наоборот, деформирует каждую из этих коммуникативных подсистем, подчиняя их функциональным задачам собственно телевизионной культурно-коммуникативной системы.

Концепция телевидения, предложенная М.А. Мясниковой [24], представляется сегодня наиболее полным и взвешенным опытом определения системной и многоаспектной сущности телевидения. Автору удалось преодолеть ограниченность узкодисциплинарных подходов и с помощью «морфологического» метода разобраться во многих внутрискруктурных нюансах формирования телевизионного дискурса. Морфологический анализ, позволивший сконцентрироваться на слабоизученных аспектах онтологии телевизионного языка и текста и продвинуть на новый теоретический уровень понимание родовой, видовой и жанровой дифференциации телевидения, вместе с тем не дал возможности исследователю последовательно рассмотреть телевизионную систему с учетом ее значимых культурно-коммуникативных подсистем, связанных с функционированием телевидения во внешней культурной среде и трансформирующихся под влиянием изменчивых потребностей культуры.

Кроме того, используемый М.А. Мясниковой синхронический ракурс исследования, при всей его аналитической продуктивности, оставляет за пределами внимания проблемы генезиса и эволюции ТВ, которые способны существенно скорректировать представление о его культурной роли.

Поэтому для изучения телевидения как системы наиболее адекватным представляется системно-диахронический подход, который, если использовать концепцию М.С. Кагана, кроме предметного (архитектонического) и функционального анализа, предполагает и исследование саморазвития системы, т. е. «историю изучаемой системы с момента ее зарождения и до состояния, непосредственно наблюдаемого исследователем» [22, с. 28].

НАПРАВЛЕНИЯ ЭВОЛЮЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Одной из главных проблем изучения телевидения является трудноуловимая изменчивость самого объекта исследования, которая усиленно сопротивляется любым статическим описаниям, абсолютизирующим те или иные принципы функционирования системы. Именно этим объясняется необходимость непрерывной корректировки теоретических положений, фиксирующих определенный этап эволюции телевидения.

За свою почти столетнюю историю система телевидения, адаптируясь к изменениям внешней среды, выдвигала на доминирующие роли разные системообразующие компоненты, а те кардинальные перемены, которые произошли с принципами телевизионной коммуникации в течение первых десятилетий XXI в., окончательно деформировали прежние модели социокультурного функционирования телевидения.

Динамика телевизионной системы, во многом спровоцированная конкурентным взаимодействием «реального» и «художественного», оказалась генетически запрограммирована в самой природе телевизионной коммуникации [25, с. 37–106]. Не повторяя многочисленных дискуссий о «журналистской» или «эстетической» первооснове ТВ, нужно только вспомнить, что этот внутренний конфликт заложен и в свойствах телевизионного кадра, который создает «иллюзию реальности» [26, с. 48], но в синтагматической связке с другими кадрами формирует зрелищную основу, обуславливающую изначальную predisposition к эмоционально-образному восприятию телевизионной прагматики.

По отношению к телевидению уместно употребить характеристику «латентной художественности». Большинство телезрителей не осознает просмотр телевизионного зрелища как акт художественной коммуникации: ТВ не создает эффект «затрудненного восприятия» [27, с. 254], а телевизионный образ по своей сути не предполагает многозначного толкования. Однако это не мешает иконической по преимуществу образной системе телевидения создавать пространство новой, искусственной реальности.

Начав свое функционирование главным образом в качестве ретранслятора популярных произведений кинематографа и театрального искусства [28, с. 193], телевидение с 1950-х гг. начало использовать свои природные свойства оперативности и симультанности для распространения информации.

В 1960–1980-е гг. ТВ предъявило свои конкурентные преимущества перед другими видами медиадосуга, оказавшись самым легким и доступным видом рекреационной деятельности: «Телевидению потребовалось всего несколько десятилетий, чтобы оно стало основным элементом повседневной жизни. Читать тяжело и не очень весело; смотреть легко и весело» [29, р. 10–11]. Благодаря креативным стараниям телепроизводителей в эти же десятилетия оформился специфический жанровый комплекс телевидения — ТВ-шоу, который, скорее всего, базировался на традициях театра варьете [6, р. 61–64] и сочетал в себе информационное, зрелищно-развлекательное и художественно-игровое начала.

На развитие телевидения как на явление шоу-бизнеса стали все большее влияние оказывать экономические факторы, причем если в США экономические запросы были изначальной движущей силой внедрения телевизионных технологий [30, с. 11–12], то, например, в России осознание рыночного функционирования ТВ случилось только к концу XX в., и до сих пор некоторые обращения к телевидению требования наивно абстрагируются от его производственно-экономических реалий.

Рост популярности телевидения выявил еще один его мощный ресурс, связанный с политическим влиянием. Манипулятивная сущность телевидения, обусловленная тем самым парадоксальным сочетанием мнимой достоверности и художественно-образной модификации реальности, была раскрыта и М. Маклюэном, и представителями «критической» (или «марксистской») школы, и Ж. Бодрийяром и его «матриксистским» (от названия фильма «Матрица» [29, р. 5]) подходом к ТВ.

Экономическая и политическая заинтересованность в развитии телевидения, опирающаяся на его беспрецедентную востребованность у массовой аудитории, обеспечивала непрерывное технологическое совершенствование телепоказа, а это, в свою очередь, расширяло коммуникативные возможности телевизионного творчества. Ушли в прошлое времена, когда обычным свойством телевизионной композиции были «длительность, отсутствие монтажных стыков в долгом плане-эпизоде, спокойная, неощутимая для зрительского глаза раскадровка» [11, с. 19]. Увеличение строчности телекартинки и применение улучшенных схем цветопередачи способствовали все большему крену телевидения в сторону зрелищно-развлекательного вещания, но влияли и на новостной контент, который усиленно подчинялся законам инфотейнмента [31].

Таким образом, в течение XX в. телевидение постепенно раскрыло свою сущность как системы, динамику которой обуславливает взаимодействие нескольких основных факторов:

♦ *художественно-развлекательного*, который определяет имплицитную интерактивность теле-

визионного дискурса, построенную на потребности эстетической и игровой самоидентификации зрителя [15, с. 87];

- ♦ *экономического*, устанавливающего производственную реализацию телевидения;

- ♦ *информационного*, формирующего у зрителя представление, иногда иллюзорное, о получении новых знаний о мире [15, с. 8];

- ♦ *политического*, который определяет целенаправленность манипулятивного воздействия телевизионного контента на аудиторию [32, с. 240];

- ♦ *технологического*, обеспечивающего конкурентную адаптацию телевидения к растущим коммуникативным запросам аудитории.

В рамках данной статьи нет возможности остановиться на детальной характеристике взаимовлияния указанных факторов. Следует только подчеркнуть, что каждый из системообразующих компонентов телевидения оказывает воздействие на функционирование всех остальных компонентов и, наоборот, подвергается воздействию со стороны остальных, поэтому системный подход к телевидению требует неопременного учета всех указанных факторов при рассмотрении любого аспекта телевизионной коммуникации.

Можно говорить о том, что к концу XX в. телевидение окончательно оформилось в особый культурно-коммуникативный институт, который определяется даже как «способ существования самой реальности, стилей и образов жизни» [17, с. 408]. Телевидение перестало воспринимать себя в качестве утилитарного *средства* передачи информации; оно настолько эффективно научилось управлять настройкой зрительского восприятия, что само стало смыслопорождающим источником, т. е. само стало информацией. Неслучайно именно в это время в профессиональном сленге телевизионщиков закрепилось понятие *формата*, которое, с одной стороны, обозначает доминантный коммуникативно-прагматический механизм телевизионного воздействия на аудиторию, а с другой стороны, фиксирует взаимосвязь жанрово-эстетических, экономических, технологических, социально-политических и информационных факторов при создании любого телевизионного продукта. Благодаря совокупности разнообразных форматов телевидение укрепило адаптированные для разных аудиторий ритуализированные практики телевизионного потребления, связанные не столько с восприятием контента, сколько с функцией «уничтожения лишнего времени» [15, с. 83].

Распространение технологий спутниково-кабельного вещания и появление музыкальных, спортивных, познавательных каналов, а также киноканалов в 1980-е гг. обозначили тенденцию к постепенной децентрализации телевидения [30, с. 28–30] — прежде неделимая аудитория общенациональных теле-

сетей начала размываться по отдельным сегментам и уходить на специализированные узкотематические и «нишевые» [33] каналы, а внедрение технологий цифровой передачи телевизионного сигнала сделало этот процесс еще более заметным.

Интенсивная дифференциация телеконтента в конце XX в. привела к тому, что многие теоретические суждения о ТВ прежних десятилетий оказались непоправимо устаревшими. Так, М. Маклюэн, для которого «телевизионный образ представляет собой мозаичную смесь светлых и темных пятен» [21, с. 358], беспелляционно утверждал, что «телевидение не может работать в качестве фона. Оно вас захватывает. Вы должны быть вместе с ним» [21, с. 356]. К концу столетия отдельные телевизионные продукты оказались вполне готовы к такому фоновому, банально-повседневному функционированию, по поводу которого П. Бурдье даже усомнился в самой коммуникативной природе телевидения: «Они (телевизионщики. — Е. З.) мыслят “готовыми идеями” <...> это идеи, усвоенные всеми, банальные, общие, не вызывающие возражений; это также идеи, усвоенные всеми до того, как вы их усвоили, поэтому проблема восприятия не ставится. <...> Коммуникация возникает мгновенно, потому что в каком-то смысле ее не существует. Она является всего лишь видимостью» [34, с. 44].

Можно было бы согласиться с критическим пафосом этого суждения, однако жесточайшая конкуренция телепроизводителей заставила одного из них пойти на рискованный эксперимент, предъясвивший противоположную тенденцию функционирования ТВ. В 2004 г. на канале ABC начал выходить сериал «Остаться в живых» (Lost), который удивил зрителей и критиков неожиданными художественными амбициями и несвойственной телевидению глубиной психологической и экзистенциальной проблематики: «“Остаться в живых”, грубо нарушая закон телевизионного “смотрения спиной”, требует от зрителя не только внимания, но и внутреннего горения: мифологию сериала авторы создают при осознанном участии зрителей...» [35].

Расцвет жанра «интеллектуального» сериала, ознаменовавшийся появлением таких телешедевров, как «Во все тяжкие», «Игра престолов» и других, продемонстрировал новые, доселе неизвестные возможности телевидения: «ABC преподал другим телеканалам важный урок: выяснилось, аудитории можно и нужно доверять гораздо больше, чем принято думать. Если полагаться на ее интеллект, она и в самом деле начнет его проявлять, пусть этого и не требует традиционный сериальный формат» [36].

Быть может, под влиянием популярных сериалов в начале XXI в. телевидение все больше актуализирует художественную форму высказывания: через эффектные заставки и перебивки, применение броских спецэффектов и приемов цветокоррекции.

Сегодня никого не удивит нарочитое появление в кадре другого видеооператора с камерой или показ студийного закулисья. Если прежде однозначно господствующим на телевидении был образ настоящего времени, создаваемый классическими приемами монтажа «по крупности» и «по движению», то сегодня даже в непостановочные программы проникают новые стилистические принципы «условного» и «клипового» монтажа, которые нарушают прежде незыблемые нормы правдоподобия кадровых стыков и переносят хронотоп телевизионного повествования из категории «здесь и сейчас» в условно-художественное пространство и время.

Как на рубеже XIX–XX вв. художественная литература, так через столетие и телевидение начинает демонстрировать самоценность своих выразительных средств — оно перестает воспринимать себя как утилитарное средство транслирования внекадровой реальности, а все больше позиционируется в качестве самостоятельного культурного источника.

В еще большей степени привычные опции традиционного эфирно-кабельного телевидения начали сдвигаться из-за освоения телеиндустрией интернет-технологий. Всемирная паутина принесла потребителю новую степень коммуникативной инициативности. Если телевизионная интерактивность носила, так сказать, имплицитный характер и выражалась в общеэстетических категориях эмоциональной реакции, сочувствия и сопереживания, то коммуникация в Интернете стала предполагать вполне эксплицитное ответное действие адресата, от простого скроллинга до развернутого текстового комментария. Обычный просмотр телепередачи всегда ассоциировался с пассивным отдыхом, а потребление интернет-контента создало иллюзию активной занятости, когда участник коммуникации имеет возможность «самостоятельного моделирования виртуального пространства через собственный сценарий» [37, с. 202].

Парадоксально, но привлекательность просмотра видео в Интернете оказалась обусловлена теми же причинами, что и популярность телевидения в эпоху его распространения. Реалистическая достоверность, основанная на непосредственном наблюдении живой необработанной действительности, в непрофессиональном авторском преломлении как бы сторонилась от институциональных режиссерско-монтажных способов создания телевизионного «образа». Демократичность достигалась возвращением в орбиту телевизионной коммуникации возможности контакта с немедийными персонами с их заурядными и случайными, а потому и особенно приманивающими зрителя обстоятельствами. Интернет стал не только уникальной формой «горизонтальных» социально-медийных связей, но и новым пространством стихийной арт-деятельности: благодаря большей доступности технологий видеосъемки и видеообработ-

ки, немалую долю интернет-трансляций заняли самодельные художественные опыты, связанные с причудливыми творческими экспериментами в сфере видеопроизводства.

Распространение разных видов интернет-телевидения [38] и растущая популярность «внеинституциональных» телевизионных коммуникаций в интернет-пространстве не могли не вызвать реакцию со стороны эфирно-кабельных телеканалов. В последние годы можно наблюдать отчетливый процесс диффузии традиционного ТВ и новых форм внестудийного телевизионного производства. Главное изменение, произошедшее в телевизионной коммуникации под влиянием интернет-медиа, это индивидуализация телесмотрения, которая выражается и в дальнейшем дроблении спектра «нишевых» каналов, и во внедрении альтернативных способов доставки контента, и в стремлении телевизионных творцов «подобрать контент под каждого человека» [39, с. 215].

Как и телесмотрение, телевидение «перестает быть массовым» [40, с. 338], а это означает, что в современных реалиях оно постепенно утрачивает ресурс политического влияния. Сегодня снова актуализировалась выявленная еще П. Лазарсфельдом формула «селективной экспозиции» [цит. по: 41, с. 483] — когда медиапотребитель обращается только к тем ресурсам, к которым заведомо испытывает чувство лояльности.

Кардинальные изменения, произошедшие в коммуникативном пространстве за последние два десятилетия, доказывают, что телевидение не как средство, а как *способ* коммуникации расширило свои границы, вобрав в себя обширную сферу интернет-видео с целым спектром новых коммуникативных *форматов*. Сегодня не усматриваются теоретические основания для разграничения традиционного эфирного и кабельного ТВ и новых форм телевизионной коммуникации, распространяющихся с помощью интернет-сетей.

В истории изучения телевидения уже случались эпизоды, когда некие явления телевизионной коммуникации отторгались от парадигмы «настоящего» телевидения. Так было и с внедрением систем видеозаписи, нарушивших монополию «прямого эфира», и с показом художественных фильмов, а М. Маклюэн, например, отказывал в праве называться телевидением показ с более качественной «картинкой»: «Усовершенствованное телевидение будет уже не телевидением» [21, с. 358]. Думается, в начале XXI в. внутренние механизмы саморазвития системы телевизионной коммуникации благодаря интернет-технологиям смогли адаптировать ее к меняющимся потребностям аудитории.

Действительно, вариативность современных способов телесмотрения размывает грань между разными условиями производства телевизионной про-

дукции: программы эфирно-кабельного ТВ можно безболезненно смотреть через интернет-сети на мониторе компьютера или экране смартфона, а, например, за видеоблогами, которые называют формой современной журналистики [42, с. 76], с успехом следить на классическом телевизионном экране.

Масштаб аудитории тоже не может считаться теоретическим основанием для разграничения: некоторые современные «нишевые» каналы изначально нацелены на узкий круг потребителей, а, скажем, количество просмотров не самого эффективного местного эфирного канала может быть несоизмеримо меньше многомиллионной армии подписчиков популярных стримеров.

Трансформация телевизионной коммуникации в последние десятилетия позволяет сделать вывод, что под современной телевизионной системой мы можем понимать совокупность аудиовизуальных сообщений, предназначенных для публичного показа и воспринимающихся в неспециализированных повседневно-бытовых условиях. Этот вывод, в свою очередь, должен способствовать пересмотру многих представлений о творческо-технологических перспективах телевидения, а также существенным дополнениям в формирующуюся теорию телевидения.

Список источников

1. Телевизионная журналистика : учебник. Москва : Изд-во Московского университета : Высшая школа, 2002. 299 с.
2. Гегелова Н.С. Культурная миссия телевидения. Москва : Российский университет дружбы народов, 2011. 263 с.
3. Михалкович В.И. О сущности телевидения. Москва, 1999. URL: <https://lib2.znate.ru/docs/index-341495.html> (дата обращения: 07.07.2021).
4. Дзялошинский И.М. Современное медиaprостранство России. Москва : Аспект Пресс, 2017. 312 с.
5. Саппак В.С. Телевидение и мы: четыре беседы. Москва : Аспект Пресс, 2007. 166 с.
6. Williams R. Television: Technology and Cultural Form. London ; Ney York : Routledge Classics, 2003. 172 p.
7. Кириллова Н.Б. Медиалогия. Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. 419 с.
8. Парсаданова Т.Н. Телепотребление. Что изменилось? // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 6. С. 556–559.
9. Скобелев В.Л. Современное состояние и развитие телепотребления в России // Петербургский экономический журнал. 2019. № 1. С. 25–33.
10. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации. Москва : Дашков и К°, 2013. 488 с.
11. Сокольская А.Л. Поэтика ТВ: пути и поиски. Москва : Искусство, 1981. 127 с.
12. Полуэктова И.А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения // Знание. Понимание. Умение. 2018. № 4. С. 71–82.
13. Мясникова М.А. Коммуникативные аспекты функционирования телевидения // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2008. № 4. С. 108–117.
14. Короченский А.П. «Пятая власть»? : Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов-на-Дону : Изд-во Ростовского университета, 2003. 283 с.
15. Луман Н. Реальность массмедиа. Москва : Праксис, 2005. 253 с.
16. Вильчек В.М. Телевидение и художественная культура. Москва : Знание, 1977. 63 с.
17. Дзялошинский И.М. Социальные институты и социальная коммуникация. Введение в теорию коммуникационных матриц : учебное пособие. Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. 905 с.
18. Большакова Т.В. Экономическая природа телевидения и генезис функций // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2012. № 9. С. 96–100.
19. Мясникова М.А. О сущности телевидения и возможностях его морфологического анализа // Известия Уральского государственного университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. Т. 71. № 1. С. 40–50.
20. Мясникова М.А. Телевидение как культурная ценность // Журналистский ежегодник. 2016. № 5. С. 16–19.
21. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Москва : Канон-Пресс-Ц ; Жуковский : Кучково поле, 2003. 462 с.
22. Казан М.С. Философия культуры : учебное пособие для академического бакалавриата. Москва : Юрайт, 2019. 353 с.
23. Зверева Г.И. Культурология как академическая проблема // Вестник РГГУ. Серия: История. Филология. Культурология. Востоковедение. 2007. № 10. С. 14–32.
24. Мясникова М.А. Морфологический анализ современного российского телевидения : автореферат дис. ... доктора филологических наук : 10.01.10. Екатеринбург, 2010. 50 с.
25. Захаров Е.Е. Современные технологии телевизионной коммуникации и отечественная культурная традиция. Саратов : ИЦ «Наука», 2010. 124 с.
26. Кириллова Н.Б. Парадоксы медийной цивилизации : избранные статьи. Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2017. 450 с.
27. Выготский Л.С. Психология искусства. Москва : Искусство, 1968. 576 с.
28. Боров В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. Москва : Наука, 1986. 301 с.
29. Poe M. A History of Communication. New York : Cambridge University Press, 2011. 337 p.
30. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. Москва : Аспект Пресс, 2004. 140 с.
31. Богданова Е.М. Феномен инфотейнмента на телевидении // Наука телевидения. 2012. № 9. С. 219–223.

32. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Москва : Рефл-бук : Ваклер, 2001. 651 с.
33. Соколова И.Г. Нишевые телеканалы как современный тренд развития российского телевидения // Академическая наука — проблемы и достижения : материалы XVI Международной научно-практической конференции. 2018. С. 86–89.
34. Бурдые П. О телевидении и журналистике. Москва : Фонд научных исследований «Прагматика культуры» : Институт экспериментальной социологии, 2002. 159 с.
35. Любарская И. Сериал «Остаться в живых». Скажите, какую траву они курят? // Искусство кино. 2010. № 2. URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2010/02/n2-article5> (дата обращения: 07.07.2021).
36. Мхеидзе Г. Сериал «Остаться в живых». Квантовое бессмертие // Искусство кино. 2010. № 2. URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2010/02/n2-article6> (дата обращения: 07.07.2021).
37. Кириллова Н.Б. Трансформация экранной культуры как феномена информационной эпохи // Лики культуры в эпоху социальных перемен. Екатеринбург, 2018. С. 198–202.
38. Санунов В.И. Интернет-телевидение: технологическая основа, показатели развития и политическая экономика // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика 2018. № 4. С. 159–162.
39. Ахмадиева Э.И. Симбиоз интернет-культуры и современного телевидения // Лики культуры в эпоху социальных перемен. Екатеринбург, 2018. С. 213–217.
40. Мясникова М.А. Культура телесмотрения как научная проблема // Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур. Казань, 2016. С. 335–343.
41. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики. Харьков : Гуманитарный центр, 2015. 688 с.
42. Ефанов А.А. Между журнализмом и блогингом: коллизии современного медиаобразования // Экология медиасреды. Москва, 2018. С. 74–82.

Television as a Cultural and Communicative System: Evolution Directions and Modern Boundaries

Evgeny E. Zakharov

Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, 77, Politeknicheskaya Str., Saratov, 410054, Russia
ORCID 0000-0002-2559-5659; SPIN 5304-1365
Email: zaharovee@gmail.com

Abstract. Russian science has not yet developed a stable understanding of the essence and generic affiliation of television, which continues to have a powerful multidirectional impact on the cultural and social processes of our time. The proposed characteristic of television as an independent cultural and communicative system allows highlighting its functioning as a separate cultural phenomenon that cannot be reduced to other forms of communicative activity. At the same time, in line with the system-cultural approach, the article substantiates the interaction of the main system-forming factors within the television system: those are artistic-entertaining, economic, informational, political, and technological. Constant consideration of all these factors when examining any aspect of television communication should become the methodological basis for studying television as a system.

A system-diachronic analysis of television, revealing the main directions of its nonlinear development through the mutual influence of the system-forming factors, allowed drawing the following conclusions.

Modern television is increasingly acting not so much as a means, but as a method of communication. This leads to a reduction in the significance of the content of a television utterance and, conversely, to the absolutization of the format, which determines both the content itself and the ritualized processes of television communication.

Significant changes in television communication occurred in the first decades of the 21st century under the influence of Internet technologies: the individualization of television viewing and the spread of “out-of-studio” forms of television production, the improvement of image quality and the democratization of video recording technologies leads to the fact that television ceases to perceive itself as a utilitarian means of broadcasting off-screen reality, and is increasingly positioned as an independent cultural source.

Television in the 21st century has expanded its boundaries, having absorbed the vast sphere of Internet and video communications. The modern television system can be understood as a set of audiovisual messages intended for public display and perceived in non-specialized everyday living conditions.

Key words: television, television communication, television culture, definition of television, media, system, evolution, internet video, technology, video art, screen arts.

Citation: Zakharov E.E. Television as a Cultural and Communicative System: Evolution Directions and Modern Boundaries, *Observatory of Culture*, 2021, vol. 18, no. 5, pp. 468–478. DOI: 10.25281/2072-3156-2021-18-5-468-478.

References

1. *Televizionnaya zhurnalistika: uchebnik* [Television Journalism: textbook]. Moscow, Moskovskogo Universiteta Publ., Vysshaya Shkola Publ., 2002, 299 p.
2. Gegelova N.S. *Kul'turnaya missiya televideniya* [Television's Cultural Mission]. Moscow, Rossiiskii Universitet Druzhby Narodov Publ., 2011, 263 p.
3. Mikhalkovich V.I. *O sushchnosti televideniya* [On the Essence of Television]. Moscow, 1999. Available at: <https://lib2.znate.ru/docs/index-341495.html> (accessed 07.07.2021).
4. Dzyaloshinsky I.M. *Sovremennoe mediaprostranstvo Rossii* [Modern Media Space of Russia]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2017, 312 p.
5. Sappak V.S. *Televidenie i my: chetyre besedy* [Television and Us: Four Conversations]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2007, 166 p.
6. Williams R. *Television: Technology and Cultural Form*. London, New York, Routledge Classics Publ., 2003, 172 p.
7. Kirillova N.B. *Medialogiya* [Medialogy]. Moscow, Berlin, Direkt-Media Publ., 2018, 419 p.
8. Parsadanova T.N. TV-Consumption. What Changed? *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* [The World of Science, Culture and Education], 2018, no. 6, pp. 556–559 (in Russ.).
9. Skobelev V.L. TV Media Consumption in Russia: Current State and Development, *Peterburgskii ekonomicheskii zhurnal* [Saint-Petersburg Economic Journal], 2019, no. 1, pp. 25–33 (in Russ.).
10. Sharkov F.I. *Kommunikologiya: osnovy teorii kommunikatsii* [Communicology: Fundamentals of the Theory of Communication]. Moscow, Dashkov i K° Publ., 2013, 488 p.
11. Sokolskaya A.L. *Poetika TV: puti i poiski* [Poetics of TV: Ways and Searches]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1981, 127 p.
12. Poluekhova I.A. Social and Cultural Effects of Mediatization of Television, *Znanie. Ponimanie. Umenie* [Knowledge. Understanding. Skill], 2018, no. 4, pp. 71–82 (in Russ.).
13. Myasnikova M.A. Communicative Aspects of Television Functioning, *Izvestiya Yuzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskie nauki* [Proceedings of Southern Federal University. Philology], 2008, no. 4, pp. 108–117 (in Russ.).
14. Korochensky A.P. "Pyataya vlast'": *Mediakritika v teorii i praktike zhurnalistiki* ["The Fifth Power": Media Criticism in the Theory and Practice of Journalism]. Rostov-on-Don, Rostovskogo Universiteta Publ., 2003, 283 p.
15. Luhmann N. *Real'nost' massmedia* [The Reality of the Mass Media]. Moscow, Praksis Publ., 2005, 253 p.
16. Vilchek V.M. *Televidenie i khudozhestvennaya kul'tura* [Television and Art Culture]. Moscow, Znanie Publ., 1977, 63 p.
17. Dzyaloshinsky I.M. *Sotsial'nye instituty i sotsial'naya kommunikatsiya. Vvedenie v teoriyu kommunikatsionnykh matrits: uchebnoe posobie* [Social Institutions and Social Communication. Introduction to the Theory of Communication Matrices: textbook]. Saratov, Ai Pi Ar Media Publ., 2020, 905 p.
18. Bolshakova T.V. Economic Nature of Television and Genesis of Its Functions, *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyi universitet upravleniya)* [Bulletin of the University (State University of Management)], 2012, no. 9, pp. 96–100 (in Russ.).
19. Myasnikova M.A. On the TV Essence and Morphology Analysis Method Potential, *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* [Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1. Issues in Education, Science and Culture], 2010, vol. 71, no. 1, pp. 40–50 (in Russ.).
20. Myasnikova M.A. TV as a Cultural Value, *Zhurnalistikii ezhegodnik* [Journalist Yearbook], 2016, no. 5, pp. 16–19 (in Russ.).
21. Maklyuen M. *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: External Human Extensions]. Moscow, Kanon-Press-Ts Publ., Zhukovsky, Kuchkovo Pole Publ., 2003, 462 p.
22. Kagan M.S. *Filosofiya kul'tury: uchebnoe posobie dlya akademicheskogo bakalavriata* [Philosophy of Culture: textbook for the academic Bachelor's degree program]. Moscow, Yurait Publ., 2019, 353 p.
23. Zvereva G.I. Russian Culturology as an Academic Problem, *Vestnik RGGU. Seriya: Istoriya. Filologiya. Kul'turologiya. Vostokovedenie* [RSUH/RGGU Bulletin. Series: History. Philology. Cultural Studies. Oriental Studies], 2007, no. 10, pp. 14–32 (in Russ.).
24. Myasnikova M.A. *Morfologicheskii analiz sovremennogo rossiiskogo televideniya* [Morphological Analysis of Modern Russian Television], doct. philol. sci. diss. abstr.: 10.01.10. Yekaterinburg, 2010, 50 p.
25. Zakharov E.E. *Sovremennye tekhnologii televizionnoi kommunikatsii i otechestvennaya kul'turnaya traditsiya* [Modern Technologies of Television Communication and the Russian Cultural Tradition]. Saratov, ITs "Nauka" Publ., 2010, 124 p.
26. Kirillova N.B. *Paradoksy mediinoi tsivilizatsii: izbrannye stat'i* [Paradoxes of Media Civilization: selected articles]. Yekaterinburg, Ural'skogo Universiteta Publ., 2017, 450 p.
27. Vygotsky L.S. *Psikhologiya iskusstva* [Psychology of Art]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1968, 576 p.
28. Borev V.Yu., Kovalenko A.V. *Kul'tura i massovaya kommunikatsiya* [Culture and Mass Communication]. Moscow, Nauka Publ., 1986, 301 p.
29. Poe M. *A History of Communication*. New York, Cambridge University Press Publ., 2011, 337 p.
30. Golyadkin N.A. *Istoriya otechestvennogo i zarubezhnogo televideniya* [History of Russian and Foreign Television]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2004, 140 p.
31. Bogdanova E.M. The Phenomenon of Infotainment on Television, *Nauka televideniya* [The Art and Science of Television], 2012, no. 9, pp. 219–223 (in Russ.).
32. Pocheptsov G.G. *Teoriya kommunikatsii* [Communication Theory]. Moscow, Refl-buk Publ., Vakler Publ., 2001, 651 p.

33. Sokolova I.G. Niche TV Channels as a Modern Trend in the Development of Russian Television, *Akademicheskaya nauka — problemy i dostizheniya: materialy XVI Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Academic Science — Problems and Achievements: Proceedings of the 16th International Scientific-Practical Conference], 2018, pp. 86–89 (in Russ.).
34. Bourdieu P. *O televidenii i zhurnalistike* [On Television and Journalism]. Moscow, Fond Nauchnykh Issledovaniy "Pragmatika Kul'tury" Publ., Institut Eksperimental'noi Sotsiologii Publ., 2002, 159 p.
35. Lyubarskaya I. The TV Series "Lost". Tell Me, What Kind of Weed do They Smoke? *Iskusstvo kino* [The Art of Cinema], 2010, no. 2. Available at: <https://old.kinoart.ru/archive/2010/02/n2-article5> (accessed 07.07.2021) (in Russ.).
36. Mkheidze G. The TV Series "Lost". Quantum Immortality, *Iskusstvo kino* [The Art of Cinema], 2010, no. 2. Available at: <https://old.kinoart.ru/archive/2010/02/n2-article6> (accessed 07.07.2021) (in Russ.).
37. Kirillova N.B. Transformation of Screen Culture as a Phenomenon of Information Age, *Liki kul'tury v epokhu sotsial'nykh peremen* [Faces of Culture in the Era of Social Change]. Yekaterinburg, 2018, pp. 198–202 (in Russ.).
38. Sapunov V.I. Internet TV: Technological Basis, Indexes of Development and Political Economy, *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism], 2018, no. 4, pp. 159–162 (in Russ.).
39. Akhmadieva E.I. Symbiosis of Internet Culture and Modern Television, *Liki kul'tury v epokhu sotsial'nykh peremen* [Faces of Culture in the Era of Social Change]. Yekaterinburg, 2018, pp. 213–217 (in Russ.).
40. Myasnikova M.A. TV Viewing Culture as a Scientific Problem, *Gumanizatsiya informatsionnogo prostranstva v kontekste dialoga kul'tur* [Information Space Humanization in the Context of the Dialogue of Cultures]. Kazan, 2016, pp. 335–343 (in Russ.).
41. Griffin E. *A First Look at Communication Theory*. Kharkiv, Gumanitarnyi Tsentr Publ., 2015, 688 p. (in Russ.).
42. Efanov A.A. Between Journalism and Blogging: Modern Media Education Conflicts, *Ekologiya mediasredy* [Media Environment Ecology]. Moscow, 2018, pp. 74–82 (in Russ.).

НОВИНКА



Научные исследования в библиотеках: тематика, организация, представление результатов : монография / Российская гос. б-ка, Российская нац. б-ка, Президент. б-ка им. Б.Н. Ельцина ; отв. ред. А.Ю. Самарин. Москва : Пашков дом, 2021. 328 с. : ил. ISBN 978-5-7510-0826-0.

Монография посвящена современному этапу развития научно-исследовательской деятельности в библиотеках Российской Федерации. В ней проанализированы организация и тематика научных исследований в национальных библиотеках, центральных библиотеках регионов России, библиотеках системы Российской академии наук. Подробно рассмотрены основные каналы представления результатов научной деятельности библиотек (диссертации, научные отраслевые журналы, наукометрические базы данных).

Справки и приобретение:

119019, Москва, ул. Воздвиженка, д. 3/5

Российская государственная библиотека, издательство «Пашков дом»

Тел.: +7 (495) 697-59-53, +7 (499) 557-04-70*26-46

E-mail: Pashkov_Dom@rsl.ru, sale.pashkov_dom@rsl.ru

Книжный магазин РГБ: главное здание, 3-й подъезд

Сайт: www.rsl.ru/pashkovdom