КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

МАТЕРИАЛЫ
XII ВСЕРОССИЙСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ
УЧАСТИЕМ

28 октября 2022 г.
Новосибирск

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Гуманитарный институт

КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Материалы
XII Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием

28 октября 2022 г.

Новосибирск • 2022

УДК 070:82-92
ББК С524.224.51я431
К635

Сборник рекомендован к печати Ученым советом
Гуманитарного института Новосибирского государственного университета

Редколлегия:
канд. филос. наук *В. Е. Беленко*, *Ю. С. Елисеева* (отв. секретарь),
д-р филол. наук *О. Д. Журавель* (отв. ред.),
д-р филол. наук *И. В. Высоцкая*, канд. ист. наук *Н. Б. Симонова*

Рецензенты:
д-р ист. наук *Н. П. Матханова*, канд. филол. наук *И. А. Шилова*

К635 Коммуникативная культура: история и современность : материалы XII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. 28 окт. 2022 г. / редкол.: В. Е. Беленко, Ю. С. Елисеева (отв. секретарь), О. Д. Журавель (отв. ред.) [и др.]; Новосиб. гос. ун-т. — Новосибирск : ИПЦ НГУ, 2022. — 312 с.

ISBN 978-5-4437-1402-8

Издание представляет собой сборник материалов XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Коммуникативная культура: история и современность». В сборник вошли материалы круглого стола и секционных докладов. Предназначен для преподавателей гуманитарных дисциплин и медиакоммуникаций вузов и всех интересующихся актуальной проблематикой коммуникативистики и средств массовой коммуникации.

УДК 070:82-92
ББК С524.224.51я431

ISBN 978-5-4437-1402-8

© Новосибирский государственный университет, 2022

КРУГЛЫЙ СТОЛ

ПРЕПОДАВАНИЕ СОЦИОГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Илья Юрьевич Мясников

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
634045, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 36
✉ dean_hsj@mail.tsu.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-3-6

ЦИФРОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МЕДИАШКОЛЕ: НОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ФОРМАТЫ

Современная профессиональная школа журналистики, с одной стороны, призвана хранить университетскую традицию медиаобразования, с другой — должна готовить студентов к принципиально меняющейся среде. Даже того многообразия позиций, которые формируют сегодня облик образовательных программ — это преподавательское и студенческое сообщество, эксперты, индустриальные партнеры —

© И. Ю. Мясников, 2022

может оказаться недостаточно, чтобы исчерпывающе сформулировать компетентностную модель, которая станет профессиональным стандартом де-факто через пять или семь лет после предполагаемого выпуска программы.

Какие социальные сети будут определять контуры профессии? Какой технологический пакет станет решающим? Какие формы профессиональной самоорганизации будут структурировать деятельность журналистов? Очевидно, что это не вопрос текущего тренда (он почти неизбежно сменится) и не вопрос прогноза (прогнозы в своей противоречивости редко складываются в логичную картину будущего). По нашим предположениям, это вопрос технологической и управленческой ставки, которую делает школа, одновременно удерживая фокус своей актуальности, привлекательности для абитуриентов, экономической состоятельности. Такой «ставочный» проект может «сыграть» в среднесрочной перспективе, но может и привести к управленческим ошибкам.

При этом школа журналистики не существует в безальтернативном пространстве. Многочисленные онлайн-школы своими программами уже закрывают потребности в быстром получении компетенций с ростом масштаба и качества своей деятельности (и речь не только об «образовательном фастфуде», но и таких мощных проектах, как «Индустрия» Федора Бондарчука, Британская высшая школа дизайна и др.) и создают для школ журналистики весьма «упругую» конкурентную среду. Побеждать в этой гонке, по крайней мере, региональным вузам уже поздно. Необходимы выработка и удержание собственной позиции, и решения для этого нужны, с одной стороны, быстрые, актуальные (и как сложно нам с нашим многолетним циклом образовательного планирования!), с другой — удерживающие мощь университетского культурного кода.

В кейсе Высшей школы журналистики Томского государственного университета пространством таких решений становятся, во-первых, новые основные образовательные программы, во-вторых, простран-

ство дополнительных программ. Ресурсами этой работы становятся новые программы развития университетов — это, например, программа «Приоритет-2030», проект «Цифровые кафедры» под кураторством Министерства цифрового развития РФ, федеральный проект «Демография». Структура стратегической ставки, которую делает школа такова: 1) необходима быстрая постановка цифровых навыков профессионального уровня; 2) эти навыки должны быть плотно интегрированы в систему профессионального практического знания; 3) осуществлять такую подготовку невозможно силами одной школы, только в партнерстве; 4) масштабное партнерство рентабельно только при расширении аудитории школы, выхода на новые рынки. Так, даже при численности школы около 450 студентов основных программ ВШЖ ТГУ вынуждена искать новые «рынки применения» новых образовательных продуктов.

Система новых программ и продуктов, запущенных в 2022 году, призванная реализовать ставку школы, такова: 1) программа профессиональной переподготовки «Аналитик данных», разработанная Центром анализа данных ТГУ, интегрированная в основные программы для журналистов; 2) программа «Цифровой журналист», созданная в рамках «цифровых кафедр», преимущественно для студентов «извне», непрофильных специальностей; 3) программа «Новые медиа и визуальные коммуникации», реализуемая по заказу Сахалинского государственного университета; 4) программа «Технологии журналистики: методы работы в современном международном пространстве», разработанная по заказу Министерства науки и высшего образования РФ для иностранных журналистов; 5) пакет программ ДПО «Креативный класс», созданный для внешних аудиторий и посвященный цифровизации основных индустрий медиаотрасли; 6) обобщающая и масштабирующая опыт этих программ магистратура «Цифровой маркетинг», созданная по модели «магистратура-компания». Все это — сотни студентов из разных регионов и стран, «забирающих» профессиональные цифровые медиакомпе-

тенции различного уровня, новая экономика и управленческая модель для школы и, конечно, новые требования к внутреннему сообществу школ журналистики, среди них — возможность быстрого роста с сохранением своей профессиональной и университетской идентичности.

Василиса Николаевна Азарова

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 66
✉ litisa@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-7-13

ОПЫТ РАЗВИТИЯ МЯГКИХ НАВЫКОВ С ПОМОЩЬЮ АКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ДИСТАНТА В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Современный мир меняется с высокой скоростью, и будущим выпускникам вузов придется искать свое место в мире, который сегодня сложно спрогнозировать. Чтобы быть успешным, уже недостаточно владеть только профессиональными навыками и умениями. Необходимо обладать мягкими навыками (soft skills). Исследователи выделяют и относят к soft skills следующие навыки: умение адаптироваться к постоянно меняющейся экономической среде, умение применять полученные знания на практике, умение работать самостоятельно, а также в команде, умение анализировать информацию, умение донести свои мысли другим, быть лидером, отстаивать свою точку зрения [Жолдахмет, Мурзагалиева, 2022. С. 456]. Систематизация позволяет выделить более крупные блоки: коммуникация; мышление, лидерские навыки, управление собой [Савельев, 2022. С. 148]. Последний блок — управление собой — некоторые исследователи выделяют уже в self skills, навыки самоуправления, самоорганизации, заботы о себе [Ковалева, 2021].

© В. Н. Азарова, 2022

Формирование и развитие мягких навыков требует иных педагогических подходов, одним из которых становятся **активные методы обучения (АМО)**, которые способны побуждать обучающихся к «мыслительной активности, к проявлению творческого и исследовательского подхода и поиску новых идей для решения разнообразных задач» [Зельдович, 2022. С. 9].

В основе активных методов обучения лежит диалог: преподавателя со студентами, студентов между собой; а также процессы проектирования, конструирования, моделирования и исследования. Важным аспектом построения подобного рода процессов является смена ролей преподавателя и учащегося. Преподаватель больше не является истиной в последней инстанции, носителем нового знания и его транслятором, преподаватель выходит из фокуса внимания учащихся и становится модератором, экспертом, навигатором. И основная его задача при работе с АМО — создание образовательной среды, организация процесса получения опыта и рефлексии. Студент тоже вынужден менять позицию (и иногда это происходит не без сопротивления), отказываясь от привычной пассивной роли потребителя информации (послушать, записать, выучить, пересказать) в пользу роли активной, роли исследователя и создателя нового для себя знания. При подобном подходе знание не дается студентам в готовом виде, оно конструируется ими, добывается на занятии или в ходе организованной преподавателем работы.

Этим методам посвящено большое количество исследований на разных уровнях образования (в средней [Шиян, 2019], профессиональной [Никитина, 2019] и высшей школе [Бажук, 2014]), в разных сферах деятельности (иностранные языки, медицина [Федулова, Дубовик, 2015] и пр.). Формы взаимодействия между педагогом и учащимися, в которых учащиеся не являются пассивными слушателями, а выступают активными участниками образовательного процесса, описаны и классифицированы. Так, АМО делят на неимитационные и имитационные формы работы, которые в свою очередь делят на игровые и неигровые [Зарукина, 2010. С. 7].

Период пандемии поставил перед образованием всех уровней новые вызовы в виде **дистанционных ограничений**. Если организация трансляционной модели образования вызвала ряд трудностей технического характера (обеспечение техникой, Интернетом, приобретение навыков работы с этой техникой и подобные), то организация активных форм работы с учащимися в электронной среде потребовала новых методических решений и идей.

В связи с этим видится актуальным **описание и обнародование опыта работы с использованием АМО в условиях дистанта** на некоторых факультетах гуманитарного направления НИ ТГУ. Почти все университетские курсы обеспечены электронным сопровождением, в ЛМС MOODLE размещены сопровождающие дисциплину электронные версии курсов (материалы и литература, задания, критерии оценивания и пр.). В процессе коммуникации со студентами используются и внешние ресурсы, такие сервисы, как Google, Yandex и пр.

Мы представим два примера организации активного обучения, используемых на факультете журналистики и факультете психологии. Кейсы имеют разные цели, масштабы, методическое сопровождение. Объединяет их активная позиция студентов, смещение фокуса с преподавателя на студента и организация этих активностей при помощи цифровой среды.

Пример 1. Лекция с упражнениями «Приемы письма». Данный модуль используется в нескольких дисциплинах, где необходимо отработать навык письма («Мастерство журналиста: текст в новых медиа»; «Теория и практика массовой информации»; «Мультимедийная журналистика»). Студенты проходят его в асинхронном режиме, самостоятельно.

В электронном курсе, сопровождающем дисциплину, размещена видеолекция о приемах письма по книге Роя Питера Кларка «50 приемов письма», где рассмотрены 7 правил. Студентам предлагается взять написанный ими ранее текст (как правило, студенты этих кур-

сов уже имеют практику написания текстов) и выполнить предложенные в ходе лекции упражнения.

Работа может проводиться в аналоговом (на бумаге: подчеркивание, выделение текста) и в цифровом (текстовый файл: перекрашивание, перестановка текста) режимах. В качестве финального продукта занятия студенты прикрепляют скан (фотографию) бумажной версии или скрин рабочего файла с кратким рефлексивным комментарием.

Нет необходимости обеспечивать занятие веб-конференцией, экспертная качественная трудоемкая проверка преподавателем также не требуется. Поскольку нет верно и неверно выполненных задач, есть проделанная аналитическая работа студента — саморедактура, то достаточно фиксации выполнения задания. Групповое обсуждение полученного опыта и сделанных открытий позволяет извлечь дополнительные смыслы из проделанной работы.

Пример 2. Итоговый кейс «Информационная кампания». Данный блок занятий разработан для студентов направления «Реклама и связь с общественностью» (дисциплина «Теория и практика массовой информации») совместно с благотворительным фондом «Меркурия» (Томск) и является итоговой групповой работой по курсу. Модуль полностью проходил в синхронно-асинхронном онлайн-режиме. Задействованы технологии перевернутого класса и проблемного обучения (кейс).

1 этап. Студенты самостоятельно знакомятся с информацией о фонде, его проектах, более подробно — о задаче, которую предстоит решить, готовятся к встрече с «заказчиком».

2 этап. Встреча с директором фонда. Студенты задают вопросы и уточняют техническое задание по проекту. Проходит в веб-конференции. Этот этап помогает студентам более реально взглянуть на имеющуюся у фонда проблему, понять ее специфику, уточнить целевые аудитории, а также узнать, что уже делается фондом.

3 этап. Студенческие группы разрабатывают информационную кампанию для благотворительного фонда, учитывая все возможные

медиаканалы города, придумывают слоганы, готовят эскизы макетов и тексты. Возможна консультация с преподавателем.

4 этап. Защита кейсов. Каждая группа студентов представляет свой проект руководству фонда (на встрече может присутствовать не только руководитель, но и другие сотрудники фонда), получают обратную связь и предложение о реализации своих разработок.

Методическое обеспечение. Для работы модуля требуется онлайн-площадка для вебинаров, коммуникативная площадка — для быстрой связи со студентами (чат в удобном мессенджере); инструкции, включающие себя дополнительную информацию о фонде (размещены в облачном ресурсе либо в ЛМС).

Апробация модуля. Модуль был реализован дважды (2021, 2022 гг.). В первый год студенты разрабатывали информационную кампанию проекта «Наставник» (взрослые волонтеры взаимодействуют с детьми в трудной жизненной ситуации, формируя эмоционально значимые, стабильные и долгосрочные отношения)[1], причем акцент делался мужскую целевую аудиторию. Защиты кейсов принесли много новых идей, руководитель предложил некоторым студентам сотрудничество.

Однако надо отметить, что повторить разработанный и проверенный кейс «Наставник» в том же виде на следующий год не удалось. Для подобного рода работы требуется актуальная проблема, в которой заказчик заинтересован сегодня — возникает значимость проекта, что включает в свою очередь самоотдачу студентов. Поэтому во второй год кейс был посвящен привлечению к работе фонда водителей-волонтеров[2] — людей, имеющих автомобиль и желание помогать другим на безвозмездной основе, независимо от пола и возраста (для поездок на мероприятия за пределами города).

---

[1] Кейс «Наставник». URL: https://docs.google.com/document/d/1lpU3eNGhmzY-sA4hZqwBt_X1jyDryeg8UO_R2TJO9rgo/edit# (дата обращения 12.10.2022).

[2] Кейс «Водители-волонтеры». URL: https://docs.google.com/document/d/1AyEX-hUTmmUKxpwVtdWEdM_w8RpfbST83Zh4j5HmQMaI/edit (дата обращения 12.10.2022).

На защитах группы представили разработки разного уровня подготовки и креативности, что позволило отследить и оценить усвоение теоретической части курса: представление об информационных особенностях медиапространства города, знание основных представителей и понимание специфики их информационных каналов. Руководство фонда зафиксировало целый ряд интересных идей и необычных ходов. По отзывам студентов, эта работа позволила им поработать с настоящими проблемами, почувствовать свои силы в реальном пространстве, попробовать себя как специалистов, а также посмотреть на другие решения той же задачи, что значительно обогатило их собственные представления.

Таким образом, дистанционный режим обучения не является ограничением для развития soft skills. С помощью активных методов обучения эти задачи можно реализовать и в полностью цифровой среде, и с частичным использованием дистанционных образовательных технологий. АМО позволяют достичь целого ряда задач: конструирование знания и получение навыков, осознание студентами своего уровня, и как следствие — повышение мотивации и уверенности в своих компетенциях. Кроме того, цифровые технологии облегчают подключение к процессу обучения представителей отрасли, что делает образование более ориентированным на сегодняшний запрос работодателей. У студентов же формируется опыт саморегуляции, работы в команде, решения реальных задач, действия в непривычных условиях с ограничениями.

Литература

Бажук О. В. Активные методы обучения как средство повышения мотивационного потенциала студентов // Актуальные психолого-педагогические проблемы в науке и практике : Сборник научных статей V Международной научно-практической конференции. Омск, 2014. С. 24–26.

Жолдахмет М. К., Мурзагалиева А. Г. Формирование «мягких навыков» у студентов в условиях интеграции науки, образования

и бизнеса // Вопросы устойчивого развития общества. 2022. № 4. С. 455–462.

Зарукина Е. В. Активные методы обучения: рекомендации по разработке и применению : учебно-методическое пособие / Е. В. Зарукина, Н. А. Логинова, М. М. Новик. СПб. : СПбГИЭУ, 2010. 59 с.

Зельдович Б. З. Активные методы обучения : учебное пособие для вузов / Б. З. Зельдович, Н. М. Сперанская. 2-е изд., испр. и доп. М. : Юрайт, 2019. 201 с.

Ковалева Т. М. «Self Skills» и современное педагогическое образование : Сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции «Тьюторство в открытом образовательном пространстве». М., 2021. С. 16–22.

Наймушин А. И., Сухорукова Т. М. Успешность освоения «мягких» навыков у студентов средних специальных и высших учебных заведений при дистанционном обучении // The Scientific Heritage. 2021. № 69-3 (69). С. 28–30.

Никитина И. А. Прогрессивные педагогические технологии, активные формы и методы обучения и воспитания // Модернизация системы профессионального образования на основе регулируемого эволюционирования. 2019. С. 75–83.

Савельев М. Е. Использование универсальных учебных действий для формирования Soft Skills (мягких навыков) у обучающихся // Вопросы педагогики. 2022. № 6-2. С. 147–153.

Федулова А. Ю., Дубовик Л. Ю. Пути повышения качества образовательного процесса в Красноярском медицинском техникуме через использование активных методов обучения // Новая наука: современное состояние и пути развития. 2015. № 3. С. 42–44.

Шиян Г. А. Активные методы обучения в школе как инструмент реализации деятельностного подхода // Образовательная среда сегодня: теория и практика : Сборник материалов X Международной научно-практической конференции. 2019. С. 39–42.

Артем Алексеевич Шмаков

Алтайский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
656008, Россия, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Партизанская, 187
✉ art.schmakow@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-14-20

ПРОГРАММА «МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЕ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ»: ЦЕЛИ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ

Современный динамично развивающийся мир посылает новые вызовы, на которые система образования страны должна отвечать своевременно, если государство желает обеспечить себя кадрами, которые будут способны решать актуальные задачи для его будущего устойчивого развития. Так, например, в настоящее время в Российской Федерации функционирует проект «Кадры для цифровой экономики», в рамках которого «200 тыс. россиян получат возможность освоить цифровые компетенции по специальным программам дополнительного образования» [Кадры …].

Происходят трансформации и в системе высшего образования, обусловленные развитием той или иной сферы жизни общества: обновляются стандарты подготовки по имеющимся направлениям и создаются новые. Ярким примером тому является утверждение в 2015 году ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации» [Утвержден ФГОС ВО…, 2015], в результате которого в веду-

© А. А. Шмаков, 2022

щих вузах страны последовало открытие данного направления, однако на 01.09.2022 в России менее 15-ти вузов, где можно получить диплом бакалавра по данному направлению. В рамках данной статьи мы рассмотрим цели и концептуальные основы программы бакалавриата «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде» (направление подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»), набор на которую был объявлен в 2022 году в Алтайском филиале РАНХиГС (г. Барнаул).

Открытию данной образовательной программы способствовало несколько факторов, в числе которых кризис журналистского образования в Алтайском крае, вызванный продолжающейся оптимизацией образовательных структур классических вузов, в частности, Алтайского государственного университета, что привело к созданию 29 декабря 2020 года Института гуманитарных наук АлтГУ [Институт гуманитарных наук…]. Укрупненные управленческие структуры, на взгляд автора статьи, не позволяют небольшим структурным подразделениям полноценно реализовывать свои образовательные программы, в результате чего бывшие факультеты становятся кафедрами, что ведет к оттоку как преподавателей, так и снижению набора студентов.

Вместе с тем в Алтайском крае на основании личных бесед автора статьи с руководителями крупнейших медиахолдингов, таких, как «Алтапресс», наблюдается острый дефицит молодых кадров в отрасли журналистики, PR и связей с общественностью. Причем запросы посылают не только медиакомпании, но также и государственные и бизнес-структуры.

Помимо всего прочего, необходимость ответа на внешние вызовы среды, которые выражаются в росте технического и цифрового компонентов, стала еще одним фактором, который определил выбор именно «Медиакоммуникаций», а не более классических «Журналистики» или «Рекламы и связей с общественностью».

В рамках нашего подхода к пониманию предметной области медиакоммуникации представляют собой новое научное направление, которое изучает филологические, творческие, управленческие и тех-

нические навыки, позволяющие специалисту создавать современные медиаресурсы, доносить через них определенную позицию и формировать общественное мнение.

На основании такого понимания ключевого термина «медиакоммуникации» учебный план программы «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде» был разработан таким образом, чтобы в нем были совмещены в равных пропорциях творческое, технологическое и проектное направления, а к обучению планируется привлекать специалистов-теоретиков и практиков из различных сфер медиа: от классической филологии и журналистики до блогеров и специалистов из event-индустрии.

Рассмотрим блоки дисциплин учебного плана бакалавриата более детально.

1. Филологокоммуникативный блок. Сюда входят такие дисциплины, как «Современный русский литературный язык», «Стилистика и литературное редактирование», «Русский язык и культура речи», «История и теория литературы в контексте массовой коммуникации», «Общая и цифровая риторика», «Практикум по современному русскому литературному языку», «Деловые коммуникации», «Профессиональная коммуникация в глобализованном обществе».

Освоение данного комплекса дисциплин поможет выпускнику программы стать грамотно пишущим и говорящим специалистом, способным создавать тексты различных жанров устной, письменной и электронной фактур. Кроме этого, выпускник программы «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде» будет способен эффективно выстраивать собственные коммуникации как на межличностном уровне, так и на уровне малых и больших групп, а также понимать и анализировать процессы массовых коммуникаций.

Это представляется нам важным, поскольку человек, профессионально работающий со словом, будь то журналист, копирайтер, «креативщик» и т. д., должен быть абсолютно грамотным человеком и владеть русским языком на элитарном уровне.

2. Блок медиадисциплин отвечает за освоение предметной области, которая, если вдуматься, чрезвычайно обширна, и включает в себя все «медиа», то есть средства и способы передачи информации, которыми когда-либо пользовалось человечество и пользуется до настоящего времени.

Так, студенты начинают изучать курс «История медиа» сразу же после поступления в вуз и делают это на протяжении двух семестров, чтобы они смогли понять и осознать преемственность и историческую детерминированность процесса развития медиа. На втором курсе эту дисциплину будет продолжать «Теория медиакоммуникаций», в рамках которой обучающиеся познакомятся с закономерностями коммуникативного процесса и феноменами, которые возникают в парадигме «государство — медиа — общество».

На втором курсе учебный план предусматривает изучение двух важных аспекта медиа — правового и этического, отсюда и названия дисциплин: «Правовое регулирование медиа» и «Этическое регулирование медиа».

Затем студенты перейдут к рассмотрению прикладных аспектов медиасферы: «Медиаэкономики» и «Медиабрендинга», которые стоят в учебном плане на 3 курсе и позволяют студентам узнать об экономических механизмах и экономической специфике медиапроцессов. В первом семестре 3 курса студентам будут предложены к изучению дисциплины «Психология медиа» и «Социология медиа», которые будут читаться совместно с преподавателями кафедры психологии и социологии управления Алтайского филиала РАНХиГС и позволят более детально изучит социально-психологические феномены, возникающие в сфере медиа.

Наконец, на 4 курсе запланировано изучение дисциплины под названием «Медиаменеджемент», т. е. управление медиа, и эта дисциплина будет давать будущим выпускникам представления о техниках и приемах управления медиакомпаниями. «Управление медиапроектами» вынесено в отдельную дисциплину, которая также изучается

на 4 курсе, хотя дисциплина «Основы проектной деятельности» изучается еще в 1 семестре 1 курса.

3. Блок дисциплин, связанных с психологией. Сфера медиа — это область творческой деятельности, а, как известно, творческие люди подвержены сильному профессиональному выгоранию, творческим кризисам и всевозможным стрессам, поэтому мы решили включить в наш учебный план ряд дисциплин психологической направленности, изучение которых позволит нашим выпускникам лучше понимать себя и окружающих, быстрее справляться со стрессами и с конфликтными ситуациями, работать со своим мышлением и предлагать свежие идеи.

На 1 курсе учебный план программы включает в себя такие дисциплины, как «Тренинг развития креативного мышления» в 1 семестре, «Психология лидерства и командообразование» и «Тренинг личностного и профессионального роста» во 2 семестре. На 2 курсе в 3 семестре студенты смогут продолжить развитие творческих навыков и умений в рамках дисциплины «Психология творчества». На 3 их ожидает дисциплина «Психология медиа», которая подводит итог психологического блока и усиливает теоретические знания, а также практические навыки и умения медийщиков, которые будут полезны им в ходе профессиональной деятельности.

4. Блок технических дисциплин, которые связаны с освоением навыков работы с фото-, видео- и звукоаппаратурой, а также компьютерными технологиями обработки и монтажа контента. Сюда входят такие дисциплины, как «Фотодело», «Профессиональная обработка фотоизображений», «Видеосъемка и монтаж», «Видеоблогинг», «Запись и монтаж аудио». Освоение данных предметов прикладного характера дает конкурентное преимущество на рынке труда, поскольку делает их универсальными специалистами в сфере медиа.

5. Блок общеобразовательных дисциплин включает в себя «Историю России» и «Всеобщую историю», «Безопасность жизнедеятельности», «Иностранный язык», «Физическую культуру» и т. д. Дисциплины данного блока находятся в базовой части учебного плана, согласно требованиям ФГОС ВО.

Таким образом, предлагаемый учебный план программы бакалавриата «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде» предполагает многоаспектное изучение такого сложного феномена, как медиа. Именно такой подход позволит нашим выпускникам лучше ориентироваться во всем разнообразии средств и способов коммуникации, чтобы быть востребованными специалистами в своей профессиональной сфере.

Рассмотрим планируемые места работы выпускников программы бакалавриата:

1. СМИ и пресс-службы (редакции газет, информационных агентств, радиостанций и телекомпаний, интернет-СМИ, медиахолдинги, пресс-службы госсектора, пресс-службы крупных бизнес-компаний; специалисты PR-служб среднего и малого бизнеса).

2. Мультимедиакомпании (компании, создающие аудиовизуальный контент; интернет-порталы и интернет-компании; электронные издательские системы; event-индустрия).

3. Информационно-консалтинговые компании (рекламные агентства; PR-агентства; агентства SMM-маркетинга; агентства поддержки стартапов).

4. Развитие собственных медиапроектов (блогерство на различных платформах).

В результате освоения образовательной программы бакалавриата «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде» обучающийся сможет:

– создавать качественный текстовый и мультимедиаконтент различных форматов;

– определять новостные приоритеты дня, предлагать темы материалов и решать, в каком виде тот или иной материал может быть подан потребителю;

– ориентироваться в потоке информации, взаимодействовать с источниками информации для создания медийных продуктов и проектов;

– владеть креативными техниками создания контента в цифровой среде;

– разрабатывать и проводить публичные презентации медиапроектов;

– владеть словом, организовывать и проводить мероприятия;

– владеть фото- и видеотехникой, современными компьютерными технологиями.

Для продолжения обучения по профессиональной образовательной траектории нами была разработана магистерская программа «Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах», которая нацелена на подготовку управленцев и аналитиков в сфере медиакоммуникаций.

Таким образом, программа бакалавриата «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде», реализуемая с 2022 года в Алтайском филиале РАНХиГС, является актуальным образовательным продуктом, который позволяет обучающимся получить образование в востребованной сфере деятельности, а также выбрать трек профессионального развития от простого пресс-секретаря до специалиста по продвижению и журналиста нового формата, который способен не только написать текст, но и подготовить медиаконтент, что напрямую отвечает запросам работодателей.

Литература

Институт гуманитарных наук. URL: https://www.asu.ru/structure/faculties/ign/ (дата обращения 20.09.2022).

Кадры для цифровой экономики. URL: https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/tsifrovaya-ekonomika/p-kadry-dlya-tsifrovoy-ekonomiki-p (дата обращения 20.09.2022).

Утвержден ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации. URL: https://fgosvo.ru/news/view/1133 (дата обращения 20.09.2022).

Наталья Борисовна Симонова

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ sdnd@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-21-24

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ «ЖУРНАЛИСТИКА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН (ЕВРОПЕЙСКИЙ И АМЕРИКАНСКИЙ ОПЫТ)» В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕГУМАНИТАРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ МАГИСТРАНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ЖУРНАЛИСТИКА»

Формат и содержание вступительных испытаний в магистратуру по направлению подготовки «журналистика» в НГУ позволяет поступать бакалаврам, не имеющим не только базового журналистского образования, но и базового гуманитарного образования. Среди наших магистрантов есть физики, экономисты, учителя математики, инженеры, строители, железнодорожники и т. д. Учебные планы бакалавров традиционно включают, кроме специальных дисциплин, целый ряд общегуманитарных (история России и зарубежных стран, история литературы, социология, политология, экономика и др.) и общепрофессиональных гуманитарных дисциплин (история журналистики, социология и психология СМИ и др.).

© Н. Б. Симонова, 2022

В магистратуре же такого рода предметов всего несколько: «Журналистика как социокультурный феномен», «Международные отношения и межкультурное взаимодействие в медиапространстве», «Массовая коммуникация и общество» и, пожалуй, всё. Самый продолжительный из них — годовой — «Журналистика как социокультурный феномен». Первый семестр посвящен зарубежным медиасистемам, второй — российской журналистике в исторической перспективе.

Эта дисциплина направлена на формирование компетенции ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. А точнее ОПК-3.1: Студент понимает специфику социокультурных феноменов, основные закономерности и этапы развития журналистики в аспекте ее тесной взаимосвязи с эволюцией общественного сознания, политической мысли и духовной жизни социума, знает особенности журналистской деятельности в социокультурных реалиях.

Соответственно, целью дисциплины «Журналистика как социокультурный феномен» является формирование знаний о специфике и динамике российской и зарубежной журналистики как социокультурного феномена, тесно связанного с общественно-политическим и культурным процессами, а задачами — рассмотреть основные этапы становления и развития отечественных, европейских (британских, французских, германских) и американских средств массовой информации; выделить общие тенденции и особенности их развития, взаимосвязь развития медиасистем с политическими, социальными и культурными процессами в обществе; проследить влияние достижений отечественной и мировой культуры на создание и функционирование медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

В результате освоения дисциплины в первом семестре студент должен: иметь представление о социокультурных процессах в Ев-

ропе и США, знать основные этапы становления и развития зарубежных средств массовой информации в общественно-политическом и экономическом контекстах и особенности журналистской деятельности в соответствии с эволюцией общественного сознания, политической мысли и духовной жизни социума и др.

Все это предполагает оперативное освоение студентами большого объема фактического и теоретического материала, который необходимо синхронизировать во времени и пространстве.

Для решения стоящих перед студентами задач в прошлом году была введена «выравнивающая» часть курса. На нее обязательно ходят все студенты, которые не заканчивали бакалавриат по «журналистике», остальные — по желанию. Задача этих занятий — восстановить цепь исторических событий, вспомнить основных политических, идеологических, религиозных деятелей, их влияние на развитие интеллектуальной жизни и журналистики стран Европы и США. Это становится основой, базой, когда мы переходим к рассмотрению журналистики как социокультурного феномена.

Если в первом случае мы рассматриваем конкретные исторические факты (изобретение печатного станка Гутенбергом, появление первых хронологий, ежедневных газет и пр.), то со всей группой мы можем уже говорить о культурном наследии античности, Средневековья, Нового времени, опираясь не только и не столько на учебники, сколько на монографические исследования (например, Э. Петтигри «Изобретение новостей. Как мир узнал о самом себе» или К. Чепикова «Человек, научивший мир читать. История великой информационной революции», А. Лилти «Публичные фигуры. Изобретение знаменитости (1750–1850)» и др.) и таким образом полноценно реализовывать поставленные задачи.

Оказалось, что именно в рамках этого курса, имея в виду разный бэкграунд студентов в группе, наиболее эффективной стала работа в малых группах. Задания могут быть разными. Одним из наиболее удачных было итоговое задание на медиасистеме Великобритании

XIX века, в рамках которого надо было дать типологическую характеристику реальному или выдуманному изданию, определиться с датой выхода, придумать 10–15 тем материалов, которые могли бы быть опубликованы в этом номере, придумать подходящие заголовки. В результате были представлены и массовые, и качественные издания, и специализированное медицинское издание, и издание для женщин. Работа над проектом позволила повторить основные события в истории страны в XIX в., особенности внутренней и внешней политики, важные моменты интеллектуальной и политической жизни (например, роль доктрины Делейна в развитии либертарианской теории прессы и британской традиции свободы слова), определить особенности викторианской эпохи и ее влияние на развитие журналистики, особенности функционирования медиасистемы, законодательную базу и многое другое.

Андрей Васильевич Прохоров

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина
392000, Россия, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33
✉ proh_and@rambler.ru

Тамара Геннадиевна Пядышева

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина
392000, Россия, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33
✉ ms.tamaraEKC@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-25-27

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОБА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Важным инструментом предпрофильной подготовки школьников и их профессионального самоопределения являются **профессиональные пробы**. С. Ю. Печерская и Р. С. Фомичев видят цель предпрофильной подготовки в обеспечении условий для осознанного выбора обучающимся профиля в контексте будущей профессии [Печерская, Фомичев, 2019].

Профессиональная проба — это практико-ориентированный формат профориентационной работы, позволяющий моделировать конкретный вид профессиональной деятельности, в результате чего

© А. В. Прохоров, Т. Г. Пядышева, 2022

школьники знакомятся с профессиональной сферой, делают осознанный выбор профессии в дальнейшем [Печерская, Фомичев, 2019; Шахова, 2021]. Актуальность профессиональных проб в настоящее время определяется возможностью формирования практической составляющей профориентационной работы учебного заведения [Печерская, Фомичев, 2019].

С 2016 г. в школах Тамбовской области реализуется элективный курс «Профессии в деталях» в формате профессиональных проб, ориентированный на учащихся 9-х классов. Державинский университет предлагает более 40 программ профессиональных проб по различным профилям. Длительность каждой профессиональной пробы составляет 8 академических часов для офлайн-формата. В период пандемии (2020/2021, 2021/2022 уч. г.) профессиональные пробы проводились в онлайн-формате, их продолжительность составляла 4 академических часа. Первый час включает вводное теоретическое занятие (знакомство с конкретной профессиональной сферой), последующие занятия знакомят с профессиональной сферой на практике [Прохоров, 2022].

Практикоориентированная направленность профориентационной работы приобретает особое значение применительно к направлению «Реклама и связи с общественностью». Со сферами рекламы и связей с общественностью школьники знакомятся в рамках профессиональных проб «Рекламист — профессия XXI века» и «Современный пиарщик». В рамках профессиональной пробы «Рекламист — профессия XXI века» школьникам предложены темы, касающиеся понятия и функций рекламы, основных видов и форм рекламной деятельности, основ копирайтинга и нейминга, разработки уникального торгового предложения. На заключительном занятии слушатели профессиональной пробы «Рекламист — профессия XXI века» представляют собственные разработки.

На профессиональной пробе «Современный пиарщик» школьники знакомятся с основными функциями ПР, технологиями построе-

ния имиджа, спецификой функционирования пресс-служб, основами написания ПР-текстов и т. д.

Таким образом, формат профессиональных проб, рассматриваемый как этап предпрофильной подготовки, позволяет познакомить школьников с разнообразием мира профессий, усилить практический компонент профориентационной работы. В силу своей практической направленности данный формат зарекомендовал себя в профориентационной работе по направлению «Реклама и связи с общественностью» в Державинском университете.

Литература

Печерская С. Ю., Фомичев Р. С. Профессиональные пробы как фактор личностного и профессионального самоопределения обучающихся // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2019. № 1 (33). С. 89–94.

Прохоров А. В. Современные подходы к профессиональной ориентации школьников // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2022. Т. 27. № 2. С. 319–328.

Шахова Е. А. Профессиональные пробы как основная форма профориентационной работы // Образование. Карьера. Общество. 2021. № 1 (68). С. 34–35.

Дина Павловна Зылевич

Белорусский государственный технологический университет
220006, Республика Беларусь, г. Минск,
ул. Свердлова, д. 13а
✉ din-a@tut.by

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-28-31

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ПОРТФОЛИО ВЫПУСКНИКА СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО»: ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В последние годы в рамках итоговой аттестации выпускников специальности «Издательское дело» используется защита профессионального портфолио, которая дает возможность осуществить всестороннюю оценку уровня подготовки выпускника. Если экзамены и тесты помогают оценить знания по отдельным учебным дисциплинам, выявить пробелы в этих знаниях, то портфолио позволяет студенту продемонстрировать свои сильные стороны в профессиональной подготовке. У портфолио три основных функциональных предназначения. С позиции студента — продемонстрировать свой уровень подготовки. С позиции преподавателя — дать возможность максимально объективно оценить этот уровень. С позиции работодателя — увидеть качество подготовки специалиста.

Наполнение профессионального портфолио может разниться в зависимости от вуза и специальности, однако, как правило, в структуре портфолио предусматривается наличие титульного листа, оглавле-

© Д. П. Зылевич, 2022

ния, введения, основных разделов и др. Выпускники специальности «Издательское дело» в основных разделах профессионального портфолио демонстрируют свои учебные, научные и профессиональные достижения. Это могут быть грамоты и дипломы за победы в олимпиадах и конкурсах; сертификаты, подтверждающие участие в конференциях и форумах; список публикаций, конкурсных работ, тем, разрабатываемых за счет полученных грантов. Профессиональные достижения подтверждаются фрагментами отредактированных рукописей и сверстанных страниц текста для книг, журналов или газет; разработанными оригинал-макетами изданий; самими изданиями, подготовку которых к печати осуществлял автор портфолио; вариантами спроектированных обложек и упаковок; рекламной продукцией разных видов; скриншотами страниц в социальных сетях или сайтов, созданных в соответствии с фирменным стилем издательства, и многое другое. Названия разделов портфолио жестко не регламентированы, студент вправе сам его структурировать.

Портфолио оформляется в папку-скоросшиватель, однако на защите студент может продемонстрировать отдельные свои работы (страницы социальных сетей, сайтов, электронных изданий) на компьютере.

Наполнение и оформление профессионального портфолио, а также его защита должны демонстрировать владение студентом универсальными, базовыми профессиональными и специализированными компетенциями, зафиксированными в Образовательном стандарте высшего образования и типовом учебном плане специальности.

В связи с тем, что практика защиты профессионального портфолио в качестве одного из элементов итоговой аттестации выпускников ограничивается несколькими годами, еще не наработан достаточный опыт в этом деле. Стали очевидны определенные проблемы, с которыми сталкиваются некоторые студенты при подготовке профессионального портфолио.

1. Студенты затрудняются с нахождением (восстановлением) материалов для портфолио.

Некоторые начинают его комплектовать незадолго до итоговой аттестации, поэтому не могут найти свои работы. Из этого следует вывод: необходимо заранее, еще на первом курсе, нацеливать студентов на то, что следует сохранять примеры своих работ для будущей аттестации.

2. Студенты не понимают, какие конкретно материалы должны быть представлены в портфолио.

Получается, что часть студентов даже на этапе окончания вуза не в полной мере осознает сущность своей будущей профессиональной деятельности. Необходимо в начале обучения сориентировать студентов в возможных направлениях деятельности редактора-технолога и тех компетенциях, которые требуются от данного специалиста. Решению этой проблемы способствует учебная дисциплина «Введение в специальность», включенная в учебный план для студентов первого курса.

3. Студенты не осознают свои профессиональные предпочтения, не могут вычленить сильные стороны своей профессиональной подготовки.

Есть выпускники, которые действительно не понимают, что им ближе: верстка, редактура, дизайн, кураторство проектов и т. д. Очевидно, это вызвано отсутствием профессионального опыта. Поэтому с прошлого года учебным планом предусмотрена практика уже после первого курса. Ряд занятий проводится на базе филиала кафедры (издательство «Аверсэв»). Мы рассчитываем, что это позволит усилить практикоориентированность обучения.

4. Студенты не знают, как оформить свое профессиональное портфолио.

Многие студенты просят показать образцы портфолио, дать четкие требования к его оформлению. В то время как преподаватели нацеливают их на проявление творчества, чтобы каждое портфолио

при соблюдении общих требований отличалось индивидуальностью, отражало личность своего автора. Думается, что на протяжении всего периода обучения следует стимулировать креативность студентов, поощрять самостоятельность и творчество, чтобы не было боязни быть неправильно понятым.

5. Студенты не включают в профессиональное портфолио информацию о дополнительном образовании.

Некоторые не демонстрируют в портфолио дипломы и свидетельства, подтверждающие наличие другого образования, специальности, повышения квалификации. Это свидетельствует о непонимании важности подобной информации, расширяющей профессиональные возможности выпускника. Необходимо тщательно разъяснять студентам сущность профессионального портфолио и его наполнение.

Консультирование студентов 4 курса по вопросам подготовки профессионального портфолио осуществляет преподаватель, который читает дисциплину «Технология редакционно-издательского дела». Защита портфолио является практическим заданием на экзамене по этой дисциплине. Таким образом, у студентов есть возможность сначала «отрепетировать» защиту профессионального портфолио во время сессии, а затем при необходимости доработать его для защиты уже в рамках государственного экзамена.

Подводя итог, отметим, что основными проблемами при подготовке студентами своих профессиональных портфолио видится слабо развитая мотивация достижений студентов, наличие трудностей в анализе и обобщении собственных знаний и опыта, а также недостаточная разработанность методической базы по данному вопросу. Однако с каждым годом защиты профессиональных портфолио проходят более качественно. Многие студенты справляется с этой работой на высоком уровне. Ежегодный анализ выявленных проблем позволяет корректировать ситуацию, внося изменения в учебный процесс.

Владимир Иванович Куликович

Белорусский государственный технологический университет
220050, Республика Беларусь, г. Минск, ул. Свердлова 13а, к. 109/4
✉ nino-1924@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-32-38

ДИССЕРТАЦИИ КИТАЙСКИХ СОИСКАТЕЛЕЙ ПО ЖУРНАЛИСТИКЕ В БЕЛАРУСИ: АКТУАЛЬНОСТЬ И НАУЧНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

Сфера образования — важный элемент в системе современного государства. Она стимулирует развитие общества, способствует международному сотрудничеству, повышению доверия между государствами.

Взаимное изучение языка страны-партнера, знание культурных особенностей народа другой страны позволяют понять общие интересы и более четко сформулировать общие и конкретные задачи.

1. Республика Беларусь и Китайская Народная Республика с момента установления дипломатических отношений (январь 1992 г.) имеют положительную динамику развития международного сотрудничества в сфере образования. Становление системы этого сотрудничества проходило в три этапа: 1) с 1992 по 2000 гг.; 2) с 2001 по 2014 гг.; 3) с мая 2015 (после визита в Беларусь китайского лидера Си Цзиньпина) по настоящее время. На протяжении первого этапа были разработаны нормативно-правовые основы взаимодействия, направленные на расширение академических связей.

© В. И. Куликович, 2022

Он завершился заключением межгосударственного «Соглашения во взаимном признании документов об ученых степенях» (2000 г.). Второй этап продемонстрировал положительную динамику двустороннего сотрудничества в сфере высшего образования, которая определялась заметным прогрессом белорусско-китайских отношений. Например, в конце 2007 г. контингент китайских студентов в Республике Беларусь впервые составил более 1000 человек, а белорусских в КНР — более 100. Третий этап связан с началом реализации китайского проекта «Пояс и путь», в котором Беларуси отводилась важная роль сборочного цеха и транспортного коридора. В 2015 г. приступила к работе межведомственная Белорусско-китайская комиссия, которой было поручено организовать деятельность по планированию, координации и руководству сотрудничеством в области образования [Ян, 2017; Ян, 2018].

2. Ежегодно в специализированном совете факультета журналистики БГУ происходит защита китайских аспирантов и соискателей. Тематика таких работ связана, как правило, с двумя направлениями: телевизионная журналистика КНР и сравнительный анализ белорусских и китайских СМИ. Например, в 2022 году были заслушаны и рекомендованы к утверждению две диссертации китайских выпускниц аспирантуры, где в качестве оппонирующей организации выступила кафедра редакционно-издательских технологий Белорусского государственного технологического университета. Именно о значимости этих работ и пойдет разговор далее.

3. Актуальность работ обусловлена необходимостью изучения темпов межкультурных контактов, новых форм распространения информации и новых направлений совершенствования информационных технологий, а также многообразия социокультурного развития и постоянного усовершенствования отношений между элементами лингвосоциокультурной системы (составными частями коммуникации) «журналист — действительность — текст — редактор — массовая аудитория» с целью удовлетворить потребности народов двух

стран в формировании актуального позитивного новостного контента для консолидации общества.

4. Диссертация Цзя Фань — сотрудницы китайского медиахолдинга — посвящена изучению трансформации китайского телевидения в контексте новых медиа [Цзя, 2022]. Отдельные научные результаты этого исследования могут быть экстраполированы и на белорусские научные разработки, поскольку, несмотря на разнообразную национальную специфику, телевизионное вещание в разных странах мира в целом проявляет определенную унификацию.

Научный вклад соискательницы заключается: 1) в разработке вопросов системной модернизации и трансформации китайского телевидения и установлении периодов, регулятивных механизмов управления этими процессами; 2) в установлении тенденций формирования новой зрительской культуры, влияющей на социальную стабильность и реализацию государственных задач; 3) в систематизации коммуникативных стратегий как инструмента трансформации телевидения КНР в новых технологических условиях; 4) в раскрытии дискурсивных и контентных преобразований при создании телепрограмм в условиях трансформации.

Диссертационная работа предоставляет в распоряжение научных сотрудников, профессорско-преподавательского состава, деятелей культуры, руководителей отраслевых организаций новое объективное и систематизированное знание об основных тенденциях функционирования и развития современного телевидения Китая, о системе технологических, социальных, культурно-исторических факторов внешней среды, которая предопределяет модернизацию телевизионного вещания КНР.

Диссертантка впервые провела комплексное исследование телевидения как подсистемы медиаиндустрии Китайской Народной Республики с учетом взаимосвязи и взаимовлияния традиционных и новых медиа. Результат:

– определены актуальные и значимые теоретико-методологические аспекты трансформации телевидения как подсистемы медиа-

индустрии Китая, позволившие установить важные факты: 1) новое в китайской журналистике не отменяет предыдущее, а дополняет и трансформирует его; 2) в «научном обосновании трансформационного процесса прослеживается преемственность и влияние информационной политики Китая, направленной на решение государственных задач» [Цзя, 2022. С. 8];

– обобщены процессы системной модернизации китайского телевидения, показаны элементы, предопределившие ускорение модернизации (реклама, маркетинг, электронная коммерция, генерация коротких видео, эффективный трафик), выделены ключевые этапы этой модернизации (2012–2014 гг. — этап первого внедрения MCN; этап эволюции коротких видео (2015–2016 гг.); этап «технологической эпидемии» использования MCN (2017 г.); этап операционной эффективности MCN (2018 г.); этап бурного роста MCN (с 2019 г. по настоящее время); определены особенности развития трансформации в китайском телевидении: (авторитет бренда культуры и профессиональные преимущества; преимущества медиаресурса и рыночных ресурсов);

– изучены, систематизированы и представлены коммуникативные стратегии, показавшие успешность технологических инноваций в китайской модели вещания. Среди них: стратегия «двустороннего рынка»; «конвергенция медиаплатформы»; «партисипативность» как стратегия участия аудитории в процессе создания и распространения медиапродукта; стратегия «медиа-фьюжн»; «интернет+»; интегрированные медийные стратегии совместного действия, проявляющиеся в кризисных ситуациях;

– раскрыта специфика результативной творческой деятельности регионального телевидения провинции Хэнань, активно использующей коммуникативные стратегии с применением цифровых технологий, виртуальной и дополненной реальности, технологии 5G, инноваций и креативных способов визуализации, кросс-платформенного создания контента и распространения телепродукции;

– выявлены тенденции в формировании новой зрительской культуры, влияющей на социальную стабильность, консолидацию общества и реализацию государственных задач. К таковым относятся: активная интеграция с новыми медиа; сближение элитарной и массовой культуры; повышение уровня профессиональных компетенций создателей и ведущих телепрограмм; появление гибридных форм подачи культурологического контента; использование эдьютейнмента; соответствие тематической направленности телепрограмм государственным приоритетам; использование креативного формата телепрограмм; усиление культурной и ценностной ориентации в коннотации телепрограмм.

Приведенные в диссертации факты и практические материалы позволяют глубже понять функционирование телевидения Китая на современном этапе в условиях высокотехнологичной конкурентной внешней среды, а также структуру традиционного телевидения КНР.

5. Научный вклад соискательницы Чжао Лян [Чжао, 2022] заключается прежде всего: 1) в установлении универсального характера моделей ведущих национальных общественно-политических газет Беларуси и Китая, который проявляется в значительном совпадении миссий, концепций, содержательных оформительских и организационных аспектов; 2) в детальной характеристике приоритетов редакционных стратегий Издательского дома «СБ. Беларусь сегодня» и газетной корпорации «Жэньминь Жибао» по разработке жанрово-тематической, вербально-стилистической и визуальной структуры контента; 3) в установлении релевантности идейно-тематического контента общественно-политической периодики концепциям государственной информационной политики Республики Беларусь и Китайской Народной Республики, предусматривающей механизмы поддержки и приумножения традиций функционирования качественной, социально ответственной журналистики в обеих странах.

Практические материалы, представленные в диссертации (1500 текстовых единиц и ключевые параметры редакционных сай-

тов, аккаунты газет в социальных сетях Facebook, Twitter, «ВКонтакте», «Одноклассники», Instagram, Weibo, Douyin, на видеохостинге YouTube, мессенджере WeChat), до настоящего времени не подвергались полному и всестороннему изучению. Они способствуют в целом объективно охарактеризовать работу редакций «СБ. Беларусь сегодня» и «Жэньминь жибао» по выполнению миссии национальной общественно-политической газеты, а также установить жанрово-тематическую структуру, модальность контента, эффективность и действенность реализации коммуникативных интернет-стратегий.

6. Результаты кандидатских диссертаций явились продолжением исследовательской работы соискательниц при получении магистерских степеней и свидетельствуют о практической реализации итогов многолетней теоретической деятельности ученых Республики Беларусь и Китайской Народной Республики. Практическое значение исследований состоит в следующих аспектах:

– *социальном* — при создании телевизионных программ нового поколения, способствующих формированию современной зрительской культуры, объединению молодежи и населения страны в решении важных государственных задач в Китайской Народной Республике и Республике Беларусь;

– *исследовательском* — для дальнейшего компаративного изучения китайских и белорусских средств массовой информации;

– *утилитарном* — как опыт регионального телевидения в других провинциях Китая и зарубежных медиасистемах;

– *образовательном* — при дальнейшей разработке и углублении содержания учебно-методического обеспечения ряда вузовских дисциплин для специальностей «Журналистика» (БГУ), «Издательское дело» (БГТУ); при подготовке и проведении спецкурсов и спецсеминаров по теории и истории медиа, планировании тематики курсовых, дипломных, магистерских работ, а также при создании учебников и учебных пособий в учреждениях образования Республики Беларусь и Китайской Народной Республики.

Литература

Цзя Фань. Трансформация китайского телевидения в контексте новых медиа: дис. … канд. филол. наук: 10.01.10 / Цзя Фань; науч. рук. Е. И. Кононова. БГУ. Минск, 2022. 23 с.

Чжао Лян. Общественно-политические газеты Беларуси и Китая в контексте медиатизации общества: дис. … канд. филол. наук: 10.01.10 / Чжао Лян; науч. рук. Н. Т. Фрольцова. БГУ. Минск, 2022. 295 с.

Ян Синцзюань. Межвузовское сотрудничество Беларуси и Китая (1992–2017 гг.) / Ян Синцзюань // Выш. шк. 2017. № 5. С. 60–63.

Ян Синцзюань. Нормативно-правовая база белорусско-китайского сотрудничества в сфере образования и науки / Ян Синцзюань // Международные отношения: история, теория, практика : материалы VII научно-практической конференции молодых ученых фак. междунар. отношений БГУ. Минск. 3 февр. 2017 г. / БГУ. Междунар. общест. объед. по научно-исслед. программам «Развитие»; Общест. объед. «Центр изучения внешней политики и безопасности»; редкол.: В. Г. Шадурский [и др.]. Минск : БГУ, 2017. С. 42–44.

Ян Синцзюань. Послы мира из Китая. О деятельности Институтов Конфуция в Беларуси / Ян Синцзюань // Беларус. думка. 2018. № 7. С. 96–102.

Алина Алексеевна Алексеева

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ alina.alexeeva@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-39-41

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Социальные медиа стали неотъемлемой частью современного мира и рассматриваются многими исследователями в терминах, родственных традиционно журналистским. Так, К. Р. Нигматуллина отмечает, что для обозначения этого явления были введены термины «новые городские медиа», «городская интернет-газета», «гиперлокальные медиа» и т. д. [1]

Объектом нашего исследования стали микротексты-самопрезентации преподавателей в социальной сети «ВКонтакте». Методом сплошной выборки было отобрано 30 текстов, которые выдавались на поисковый запрос «репетитор» в строке «Сообщества».

Были выявлены различные стратегии самопрезентации. Одна из них — самопрезентация с помощью фактов. Они могут быть поданы как чистая, безоценочная констатация: «Репетитор по математике для 7–11 классов», «Провожу занятия как онлайн, так и офлайн».

[1] https://vestnik.journ.msu.ru/books/2021/1/mesto-sotsialnykh-setey-v-razvitii-regionalnoy-zhurnalistiki-v-rossii/

© А. А. Алексеева, 2022

Другая тактика, с помощью которой реализуется это стратегия, — констатация с имплицитной оценкой. Так, несмотря на то, что во фразе «Автор более 15 научных публикаций, в том числе учебных и методических пособий по обучению английскому языку» отсутствуют слова аксиологической семантики, оценка всё же косвенно выражена: преподаватель написал более 15 работ, и это показывает его профессионализм.

Еще один способ реализации данной стратегии — эксплицитная оценка. Она может выражаться словом аксиологической семантики или эмотиконом. Например, фраза «🔥 За все время обучения мы выпустили 33 стобалльника» сопровождается значком «огонь», который выражает положительную холическую оценку. Спектр оценочных значений включает в себя общую, телеологическую, эмоциональную, этическую оценку: «Уже 7 лет я *успешно* закрываю пробелы в знаниях у учеников 5–9 классов», «*Хорошо* владею предметом», «*Позитивно*, *душевно*, *нетоксично*». В ряде случаев используется тактика контраста: «А еще я обещаю, что НЕ будет <…> *перегруженной бесполезными* фактами и датами “*голой*” теории и *зубрежки*».

Близкой к данной стратегии мы считаем стратегию ссылки на отзывы: «Отзывы можно посмотреть на сайте Профи.ру. Моя страница [ссылка]». Отличие между ними состоит в том, что в отзывах представлены факты субъективной реальности учеников — успехи, достижения, а не объективные данные об опыте работы, количестве написанных пособий и т. д.

Еще одна стратегия самопрезентации основана на попытке вызвать у потенциального клиента определенные эмоции, которые будут ассоциироваться с личностными и/или профессиональными качествами преподавателя. Так, название группы «Математика под крылышком» нацелено на то, чтобы отразить идею мягкого подхода в преподавании, показать, что учитель — добрый и заботливый человек, с которым ученик может почувствовать себя в безопасности.

В дальнейшем предполагается провести исследование рецепции подобных микротекстов, для того чтобы выявить степень эффективности различных стратегий и реализующих их тактик.

Литература

Нигматуллина К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Московского университета. Серия «Журналистика». 2021. № 1. С. 30–51.

ЖУРНАЛИСТИКА, ПУБЛИЦИСТИКА И КОММУНИКАЦИИ В ИСТОРИЧЕСКОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

Татьяна Викторовна Аносова

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
630102, Россия, г. Новосибирск, ул. Кирова, 86
✉ anosovatatiana@yahoo.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-42-48

ТРИ ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ РЕЧИ ВО ФРАНЦУЗСКУЮ АКАДЕМИЮ ЭПОХИ ПРОСВЕЩЕНИЯ

16 февраля 1775 года Ламуаньон де Мальзерб, королевский министр и сторонник реформ, избранный Французской академией на место, оставшееся свободным после смерти г-на Дюпре де Сен-Мора, произнес речь по случаю своего избрания. В этой речи он высказал достаточно смелую для своего времени мысль о трибунале общественности, связав его с ролью литератора в обществе. «Возник суд, независимый от любой власти, который любая власть уважает, который

© Т. В. Аносова, 2022

оценивает все таланты, который воздает всем по заслугам, и в просвещенный век, в век, в который каждый гражданин может говорить со всей нацией посредством печати, те, у кого есть талант наставлять людей или дар волновать их, литераторы, одним словом, являются для разобщенной публики тем, чем были римские и афинские ораторы Рима и Афин для народного собрания. Эта истина, которую я излагаю в собрании литераторов, уже была представлена магистратам, и никто не отказался признать этот трибунал общественности верховным судьей над всеми судьями земли» [Malesherbes, 1775]. Эта мысль впоследствии станет общепринятой и будет связана с понятием общественного мнения, которое в тот момент находилось в процессе своего становления.

Кто же была та аудитория, перед которой Мальзерб произнес свою речь? И насколько вступительная речь Мальзерба и речи его современников соответствовали традициям, свойственным вступительным речам Французской академии?

К моменту произнесения Мальзербом его речи Французская академия насчитывала 140-летнюю историю своего существования и обретения официального статуса в качестве общества, ответственного за сохранение и совершенствование французского языка. Ее создателем был кардинал Ришелье, который основал ее в 1634 году, а ее официальный статус был закреплен патентным письмом Людовика XIII, который она получила в январе 1635 года. Согласно статье 24 Статута и регламента Французской академии 1635 года, главная обязанность академиков состояла в том, чтобы «со всей тщательностью и усердием создать определенные правила нашего языка и сделать его чистым, выразительным и способным рассуждать об искусствах и науках» [Statuts]. Всего во Французской академии единовременно могло состоять 40 академиков, так называемых бессмертных, которые получили такое названия из-за лозунга академии «К бессмертию». Каждый из академиков имел статус и занимал свое кресло во Французской академии пожизненно. Кресло академика,

как правило, освобождалось для нового кандидата только со смертью предыдущего владельца. Статус академика Французской академии наряду с поэтами и писателями, получали представители судебного сословия, ученые, военные, государственные и церковные деятели, вносившие свой вклад в прославление Франции и французского языка.

В XVIII веке академики Французской академии представляют узкий элитарный круг, попасть в который мечтал любой литератор или философ. Со вступлением в 1728 году во Французскую академию барона Монтескье старое поколение академиков начинают постепенно сменять представители философии Просвещения. В 1746 году во Французскую академию избирают Вольтера и Ш. Дюкло, в 1753 году — Бюффона, в 1754 году — Д'Аламбера. С 60-х годов XVIII века в академию начинают избирать второе поколение просветителей и аристократов, близких к философским кругам, к числу которых относится и Мальзерб. С 1755 года пост секретаря академии занимает Ш. Дюкло, который является одним из лидеров партии философов в академии, в 1772 году на этом посту его сменяет Д'Аламбер. По мнению Р. Дарнтона, большинство историй, описывающих Академию в XVIII веке, объединяет общая мысль: «успешная кампания Просвещения по завоеванию французской элиты» [Дарнтон, 1999]. В философских салонах и в академии происходит слияние «литераторов» и «вельмож». Поэтому, когда Мальзерб в 1775 год произносит свою речь, он это делает для людей, которым если не близка, то понятна его риторика.

Традиция произнесения вступительных речей возникла в 1640 году со вступлением во Французскую академию адвоката парламента Оливье Патрю, который первым произнес речь, воздав должное создателю академии, кардиналу Ришелье, собравшимся академикам и своему предшественнику Арбо де Поршеру. С этого момента произнесение речей при вступлении в академию становится обязательным, а речь Оливье Патрю была взята за образец.

Мальзерб, следуя традициям, начинает вступительную речь с благодарности за честь, которая была оказана ему академиками и с незначительности собственных заслуг. Он говорит, что находится перед высшими судьями литературы, перед которыми не осмелится обсуждать литературные вопросы, но будет говорить о статусе литератора в обществе. Он возлагает на литераторов полномочия судей, которые обладают безграничной властью и владеют сердцами людей. Мальзерб в своей речи, отдавая должное основателю академии, кардиналу Ришелье и французским королям, под чьим покровительством впоследствии находилась академия, создает историю возвышения литераторов в обществе. «Когда этот министр, который мыслил как государственный деятель, задумал проект создания во Франции литературного общества, давайте поверим, что он предвидел настолько далеко, что в один прекрасный день империя литературы распространится на нацию, которую он взялся просвещать» [Там же]. В правлении Людовика XIV он видит пик развития литературы. В настоящий момент «литература и философия, по-видимому, вернули себе право, которое они имели в Древней Греции, давать нациям законодателей» [Там же]. «Государи и республики еще не призывают философов, доверившись своей репутации, чтобы диктовать им законы. Однако голос прозвучал среди вас, господа, он исходит из лона этой Академии: Монтескье говорил, и народы стекались, чтобы послушать его» [Там же]. По мнению Мальзерба «сегодня философы рассматривают законодательство как поле, открытое для их размышлений», а «юристы стремятся нести факел философии в своих работах» [Там же]. Затем он отдает дань трудам своего предшественника Дюпре де Сен-Мора, который был переводчиком Мильтона и автором экономических трудов. В заключение Мальзерб воздает должное столетию и правлению, которое только что закончилось, намекая на смерть Людовика XV 15 мая 1774 года. Он восхваляет заслуги Людовика XV, говоря, что «при его мягком и спокойном управлении науки, предоставленные сами себе, добились большего прогресса,

чем в предыдущие века; что человеческий разум стал совершенным; наконец, что человечность как бы возродилась в сердцах и изгнала остатки варварства», и выражает надежду, что Людовик XVI будет покровительствовать литераторам.

За полгода до вступительной речи Мальзерба в 1774 году во Французскую академию был избран Ж.-Б. Сюар, представитель второго поколения философии Просвещения, публицист, редактор, королевский цензор. Основная тема его вступительной речи, произнесенной 4 августа 1774 г., — защита философии и литераторов. Он начинает свою речь с отказа благодарить академиков за честь, которую ему оказали, поскольку «есть благодеяния, великолепие которых избавляет того, кто их получает, от разговоров о своей благодарности» [Suard, 1774]. И тем не менее Сюар отдает должное академикам и своим благодетелям, которые способствовали его избранию. Переходя к содержательной части своего выступления, Сюар говорит о зависти и ненависти, которые окружают Философию и истинных литераторов, и об их беспечности в отношении клеветников и завистников. Литераторов уже давно упрекали в том, «что они разрушают принципы вкуса и изящных искусств; сегодня все зашло гораздо дальше: из них также делают заговорщиков, объединившихся с целью уничтожить религию, правительство и мораль» [Там же]. Рассуждая о том, вредит ли философия искусствам, религии и морали, Сюар излагает свои взгляды на их связь с развитием человеческого разума и философии. «Искусство есть творение человеческого разума: было бы совершенно немыслимо, чтобы творец, совершенствуя себя, стремился разрушить свое собственное произведение. Эта идея абсурдна; но одновременно и абсурдно, и чудовищно утверждать, что философия, которая есть только поиск истины, может нанести вред религии и морали, которые могут иметь в качестве своей основы только вечную истину» [Там же]. Происходящие изменения в обществе Сюар связывает с прогрессом просвещения, отмечая, что в настоящий момент правительства Европы перестали беспокоить заговоры и восстания, народ избавился от аб-

сурдного и жестокого гнета. При том, что формы и принципы правительств остались прежними, произошло улучшение нравов. «Какие новые истины, какая благодетельная сила, какие спасительные правила смогли заменить смуту порядком, анархию подчинением, жестокость вежливостью? Не нужно искать причину этого счастливого переворота в чем-то ином, кроме как в прогрессе просвещения, которое, постепенно просвещая людей относительно их истинных интересов, задало общественному мнению направление, более соответствующее благу общества» [Там же]. Причину подобных изменений Сюар видит в философском духе, который возвышается над страстями и «распространяет в обществе более здоровые представления об обязанностях человека, неуклонно преследуя пороки и испорченность» [Там же]. Затем Сюар отдает дань уважения своему предшественнику аббату де Лавилю и его успехам на дипломатическом поприще. В заключительной части своей речи он выражает почтение основателю академии кардиналу Ришелье, недавно почившему Людовику XV и его преемнику Людовику XVI.

15 мая 1775 года еще один избранный академик, маршал Франции герцог де Дюра произнес вступительную речь во Французскую академию. Его речь была ближе всех к образцу, заданному Оливье Патрю, и посвящалась заслугам господина Беллуа, на чье место был избран герцог. Свою речь герцог де Дюра начал с благодарности академии за свое избрание при отсутствии у него талантов и заслуг. Упомянув основателя академии и деятельность Людовика XIV и Людовика XV, покровительствовавших академии, он переходит к восхвалению достоинств своего предшественника. Он превозносит талант драматурга господина Беллуа, который «представлял на сцене интересные картины из нашей истории, оживлял и увековечивал национальный героизм, изображая героев Нации» и его личные качества [Duras, 1775]. Речь завершается намеком на нелюбовь к лести Людовика XVI, благодаря чему автор «налагает на себя закон молчания» в описании качеств царствующего монарха [Там же].

Таким образом, можно выделить два вида речей, произносимых при вступлении во Французскую академию в эпоху Просвещения: панегирики, восхваляющие предшественника, основателя академии и ее покровителей, и речи программные, концептуальные, отражающие мировоззрение автора. Подчиняясь общей схеме построения речи: благодарность за избрание, восхваление достоинств самой академии, ее основателя, царствующего короля и предыдущего владельца кресла, академики излагают в ней свои взгляды на общество, французский язык, роль литераторов, задачи академии.

Литература

Дарнтон Р. Высокое Просвещение и литературные низы в предреволюционной Франции // НЛО. 1999. № 3 (37). URL: https://magazines.gorky.media/nlo/1999/3/vysokoe-prosveshhenie-i-literaturnye-nizy-v-predrevolyuczionnoj-franczii.html (дата обращения 25.10.2022).

Duras. Discours prononcés le 15 mai 1775 par M. le Maréchal Duc De Duras lorsqu'il fut reçu à la place de M. de Belloy. URL: https://www.academie-francaise.fr/sites/academie-francaise.fr/files/duras_1775.pdf (дата обращения 25.10.2022) (на фр. яз.).

Malesherbes Ch.-G. Discours prononcés dans l'Académie françoise, le jeudi XVI février M. DCC. LXXV, à la réception de M. de Lamoignon de Malesherbes. Paris, 1775. URL: https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6136575k?rk=42918;4 (дата обращения 25.10.2022) (на фр. яз.).

Statuts et règlements de l'Académie française, 22 février 1635. URL: https://www.academie-francaise.fr/sites/academie-francaise.fr/files/statuts_af_0.pdf (дата обращения: 25.10.2022) (на фр. яз.).

Suard J.-B.-A. Discours prononcés dans l'Académie françoise, le jeudi IV août M.DCC. LXXIV. à la réception de M. Suard. Paris, 1774. URL: https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k58650694?rk=21459;2# (дата обращения 25.10.2022) (на фр. яз.).

Ольга Дмитриевна Журавель

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ o.zhuravel@g.nsu.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-49-56

ЭСХАТОЛОГИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В РУССКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ: ОТ ШЕСТНАДЦАТОГО ВЕКА К ВЕКУ ДВАДЦАТОМУ

В первой трети XVI века в недрах зарождающейся русской публицистики возникла концепция, которой будет суждено большое будущее. Теория «Москва — третий Рим» впервые была отражена в трех сочинениях 1520-х — 1530-х гг.: в Послании инока псковского Спасо-Елеазарова монастыря Филофея великокняжескому дьяку М. Г. Мисюрю-Мунехину и в двух анонимных текстах: Послании великому князю Василию Ивановичу и в сочинении «Об обидах Церкви» [Синицына, 1998]. В ранней версии Послания Филофея в качестве последнего оплота и средоточия истинной веры представлена Москва, а точнее, находящаяся в Кремле церковь Успения Богородицы, «…иже едина в вселеннеи паче солнца светится [Синицына, 1998. С. 345]. Утверждалась преемственность Руси по отношению к павшей Римской, а затем — Византийской империи: «Вся христианская царства приидоша в конец и снидошася во едино царьство нашего государя … Два убо Рима падоша, а третии стоит, а четвертому

© О. Д. Журавель, 2022

не быти» [Там же]. В другой редакции этого Послания «Третий Рим» отождествлен уже со всем «державным царством». Формированию концепции предшествовали историко-политические процессы, важнейшую роль в которых сыграло укрепление Московского княжества, последствия Ферраро-Флорентийской унии, уронившие в глазах русских идеологов авторитет византийской церкви, пытавшейся идти на компромисс с Ватиканом, а главное — падение Константинополя в 1453 году.

Важнейшим компонентом в этой мифологической, по сути, схеме являются эсхатологические мотивы. Во-первых, это апокалиптическое число четыре, апеллирующее к концу Света и Страшному суду и указывающее на то, что Русь будет оплотом православия до скончания века. Во-вторых, образ «Жены, облеченной в Солнце» из «Откровения святого Иоанна Богослова» (Откр. 12 : 1–17), лежащий в основе сочинения «Об обидах Церкви». Он будет чрезвычайно продуктивен в позднейшей русской публицистике. В сочинении «Об обидах Церкви» «Жена» убегает от преследующего ее дракона в пустыню. В качестве места спасения в данном тексте осмыслялась Русь.

Миссия Руси как последнего православного государства появляется в нескольких монументальных сочинениях XVI века. Самым ярким образцом реализации этой идеи является «Степенная книга царского родословия», первый обобщающий труд по русской истории. В ней представлена схема истории как шестнадцати ступеней (степеней) восхождения к идеалу, и высшей ступенью представлено царствование Ивана IV (отметим, что шестнадцать — число, кратное четырем, и в качестве апокалиптического символа фигурирует в различных текстах наряду с числом четыре).

В конце XVII века концепцию «Москва — третий Рим» подхватывают старообрядцы, дополняя ее аргументами из ученых трудов киевских богословов и применяя к своему вероучению [Бубнов, 1995. С. 92–104]. Она ложится в основу старообрядческих историософских построений в контексте эсхатологии, на которой основана

вся идеология защитников старого обряда. Так, дьякон Федор в «Ответе православных» объединил ряд исторических сюжетов, создав обобщающую картину развертывания русской истории. «И в наше пресветлое Руское царство до сих времен многажды заглядывал вселукавый враг, мысля от веры правыя отторгнути нас, но не попустившу Богу тогда, яко не еще исполнися Писание и число зверино 1666» [Там же. С. 90]. События русской истории представлены как «наскоки сатаны», напрасные вплоть до расколовшего страну Собора 1666 года. «Выпросил у Бога светлую Россию сатона, да же очервленит ю кровию мученическою. Добро ты, дьявол, вздумал, и нам то любо — Христа ради, нашего света, пострадать!» — восклицал протопоп Аввакум [Житие протопопа Аввакума, 1960. С. 329]. Поскольку отступление уже свершилось, единственными наследниками и хранителями святости оказываются старообрядцы, не принявшие реформу. Идея преемственности по отношению к традициям Святой, дониконовской, Руси прослеживается в старообрядческой публицистике вплоть до начала XXI века. Смысловой акцент древнерусской теории смещается при этом с Московской Руси как «Третьего Рима» на старообрядческую церковь, которая, согласно Иоанну Златоусту, есть «не стены и покров, но вера и житие».

В начале XVIII века на Русском Севере создается крупнейший Выговский старообрядческий центр, почти полтора столетия остававшийся средоточием отечественных культурных традиций. Его основатели создали литературную школу, в которой древнерусская основа обогатилась современными европейскими риторическими учениями. Усвоив теорию «духовного антихриста», согласно которой «последние времена» уже наступили, выговцы вели полемику с «никонианской» церковью и привлекали на свою сторону все новых последователей. Местом прибежища «Жены, облеченной в Солнце» оказывается уже Выговская пустынь. В сочинениях одного из основателей Выговского центра, крупнейшего писателя и полемиста Андрея Денисова изобилует эсхатологическая топи-

ка, образ «Жены, облеченной в Солнце» становится обозначением и истинной веры, Невесты Христа, и Церкви, избегшей отступления. Так, в «Слове плачевне о злостраданиях и скорбех Церкви Христовой», призывающем к верности учению, «Жена, облеченная в Солнце» предстает как благородная, сединами украшенная женщина, неутешно плачущая о своих детях-отступниках. Встречается в сочинениях Андрея Денисова и изложение теории «Москва — третий Рим» с отсылкой к древнерусским текстам, утверждавшим эту теорию позднее первоисточников (к Уложенной грамоте 1589 г. и Кормчей 1653 г.). Этот идеологический комплекс, основанный на эсхатологическом фундаменте, станет общим местом в старообрядческой публицистике вплоть до «Урало-Сибирского патерика» (сочинение XX века).

Возвращаясь к генеральной линии российской публицистики и общественной мысли, необходимо отметить, что концепция «Третьего Рима», неотъемлемая от национальной идеи «богоизбранности», так или иначе присутствует в построениях традиционалистов и консерваторов. Как известно, она оказала влияние и на официальную теорию народности графа С. Уварова, и на построения славянофилов разных толков, и на публицистику Ф. М. Достоевского, и на труды философов и публицистов начала XX века.

Своеобразное преломление национальная идея, пропущенная сквозь призму эсхатологии, получила в публицистике символистов. Эсхатологические мотивы пронизывают все творчество представителей младшего поколения течения мифопоэтических символистов и являются частью символистской утопии преображения мира. Эсхатологический миф лежит в основе «аргонавтического мифа», созданного Андреем Белым и его друзьями в начале XX века и концептуально скрепившего все его раннее творчество. В статье «Луг зеленый» [1]

[1] Статья, написанная в 1905 году, вошла в одноименный сборник 1910 года.

Андрей Белый, опираясь как на художественные образы Гоголя, так и на теософские построения Владимира Соловьева о миссии России, призванной «дать средоточие и целость омертвелому человечеству, чрез соединение его с высшим божественным началом», пишет о России как о Мировой Душе. В качестве единственно верного он утверждает собственный, индивидуальный путь развития страны, отличный от общеевропейского. «Верю в Россию. Она — будет. Мы — будем. Будут люди. Будут новые времена и новые пространства. Россия — большой луг, зеленый, зацветающий цветами» [Белый, 2012. С. 377–378]. Образ зеленого луга взят из повести Н. В. Гоголя «Страшная месть». Там он, символизируя русскую землю, предстает как центр мироздания: «Те луга — не луга: то зеленый пояс, перепоясавший посередине круглое небо, и в верхней половине и в нижней половине прогуливается месяц» [Гоголь, 1985. С. 143]. Россия Андрея Белого — это и «Жена, облеченная в Солнце». Кроме этого, в статье появляется и еще несколько образов из Откровения Иоанна Богослова, в частности: «И показал мне чистую реку воды жизни, светлую, как кристалл… Древо жизни, двенадцать раз приносящее плоды… и листья дерева для «исправления народов» [2] [Белый, 2012. С. 378]. Путь преображения России, по Андрею Белому, лежит через апокалипсис.

В позднейшей русской публицистике наиболее полное воплощение концепции, возникшей в эпоху Василия III, мы видим в статьях В. Г. Распутина 1990-х — начала 2000-х годов, отразивших «консервативный поворот» автора. Часть статей вошла в книгу «Эти двадцать убийственных лет». Реконструкция мифологической модели Распутина [Журавель, 2020] позволяет говорить о том, что в своей основе эта модель соответствует концептуальному ядру русского консерватизма, восходящему к XVI веку. Мифотворчество публициста опиралось на структуры, выработанные в националь-

[2] Ср.: Откр 22 : 1, 2.

ной традиции, по сути дела, на элементы национальной мифологии, и важнейшим элементом авторского мифа становится эсхатологизм. Постсоветскую реальность писатель воспринимал как время последних испытаний: «…наступила эпоха за гранью жизни. Для нее есть единственный образ — Апокалипсис в Откровении Иоанна Богослова» [Распутин, 2016. С. 44]. Цитаты и аллюзии на Апокалипсис повсеместно встречаются в текстах его статей: «Порой близость к апокалипсическим временам подтверждается поразительным совпадением предсказанных картин и планируемых построений: десять рогов, как десять царств, у торжествующего Зверя в Откровении Иоанна Богослова и “десять царств” …» [Распутин, 1999]. В аспекте антизападных рассуждений встречается описание Страшного суда: «Запад Россию не получит. Всех патриотов в гроб не загнать, их становится все больше. А если бы и загнали — гробы поднялись бы стоймя и двинулись на защиту своей земли. Такого еще не бывало, но может быть» [Распутин, 2016. С. 28]. В целом враги, как внешние, так и внутренние («ельцины, гайдары, чубайсы и абрамовичи»), рисуются как «черное воинство ненавистников национальной России» [Там же. С. 190]. Чертами антихриста, «фигуры серьезной», наделяется Петр Первый, в одном положительно окрашенном контексте оказываются имена Ивана Грозного и Иосифа Сталина.

Упоминал В. Распутин и о падении «второго Рима»: «От православия потребовали потесниться, и в Византии появился экуменизм, позднее православие и вовсе отменили <…> Кончилось тем, что в 1435 году турки без особого труда приступом взяли Константинополь, и Византия окончательно ушла в историю. Разве не накладывается эта судьба на судьбу сегодняшней России?» [Распутин, 2016. С. 235]. Последнюю надежду Распутин видит в Церкви, а также в «правде», то есть в народной этике (он пишет о «нашем *самодержавно-народном сознании*» [Распутин, 2016. С. 115].

Основные вехи истории предстают как элементы сакральной метаистории, пришедшей к своему апокалиптическому рубежу в итоге распада СССР. Эсхатологические идея в публицистике Валентина Распутина являются частью сложного единого мифологического комплекса, в котором можно видеть трансформацию «русской идеи». Мессианство России, ее уникальная роль неизбежно сопровождается демонизацией образа врага и как следствие — идеей изоляционизма. Эсхатологические переживания вызывают ностальгию по «золотому веку», который видится то в Святой Руси, то в СССР[3], порой их образы сливаются в некое духовно-символическое единство. Именно этот синтез можно наблюдать в концепте «пятой империи» другого публициста — Александра Проханова, автора многочисленных статей в духе неоконсерватизма, а в ветвистой риторике А. Дугина идея «третьего Рима» претерпевает еще более причудливые трансформации.

Эсхатологические мотивы и образы в русской публицистике так или иначе связаны с утверждением особой, уникальной роли России в мировой истории, а идеи мессианства и жертвенности обнажают исторические корни национальной идеи.

Литература

Белый А. Собрание сочинений. Арабески. Книга статей. Луг зеленый. Книга статей / Под ред. Л. А. Сугай, сост. А. П. Полякова и П. П. Апрышко / А. Белый. Собр. соч.: в 14 т. М. : Республика; Дмитрий Сечин, 2012. Т. 8. 590 с.

Бубнов Н. Ю. Старообрядческая книга в России во второй половине XVII в. Источники, типы и эволюция / Н. Ю. Бубнов. СПб. : Изд-во БАН, 1995. 435 с.

[3] Об историософии Распутина см. подробнее: [Каминский, 2013. С. 142–190].

Житие протопопа Аввакума, им самим написанное и другие его сочинения. М. : Гослитиздат, 1960. 480 с.

Журавель О.Д. Державный миф в поздней публицистике В. Распутина: «русская идея» в эсхатологическом контексте // Вестник НГУ. Серия: история, филология. 2020. Том 19. № 6. Журналистика. С. 70–87. DOI 10.25205/1818-7919-2020-19-6-70-87.

Каминский П.П. «Время и бремя тревог». Публицистика Валентина Распутина: монография / П.П. Каминский. 2-е изд., испр. М. : Флинта: Наука, 2013. 240 с.

Распутин В.Г. Сколько лет будет в XXI веке / Газета «Завтра», 3 января 1999 г. URL: http://zavtra.ru/blogs/1999-01-0451 (дата обращения 20.10.2022).

Распутин В.Г. Эти двадцать убийственных лет / В.Г. Распутин, ред. О.В. Селин. М. : Алгоритм. 2016. 320 с.

Синицына Н.В. Третий Рим. Истоки и эволюция русской средневековой концепции (XV–XVI вв.) / Н.В. Синицына. М. : Индрик, 1998. 416 с.

Ирина Евгеньевна Прохорова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
125009, Россия, г. Москва, ул. Моховая, 9, стр. 1
✉ pro-hor-ie@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-57-63

ТОПОС ТЕЛЕСНЫХ НАКАЗАНИЙ В РУССКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ РУБЕЖА 1850-х — 1860-х ГОДОВ

Телесные наказания как универсальная карательная, устрашающая и исправительно-воспитательная практика, широко распространенная в России и осмыслявшаяся в общемировом контексте, — один из топосов в отечественной периодике (понятно, не только в собственно журналистских жанрах), начиная со второй половины XVIII в. В риторике на тему применения физического («накожного», по выражению одного из публицистов середины XIX в.) насилия к провинившимся (по крайней мере, объявленных таковыми) выделяются три основных направления. Это доводы в пользу данного социокультурного явления (после законов 1785 и 1796 гг., по крайней мере, в отношении к медленно, но сокращавшемуся списку непривилегированных сословий и категорий населения), признание его как неизбежного, но лишь временно допустимого «зла» и, наконец, аргументация полного неприятия и немедленного начала законодательной отмены самого института телесных наказаний.

Инициированное правительством осенью 1857 г. гласное обсуждение готовящейся в России крестьянской реформы закономерно

© И. Е. Прохорова, 2022

подогрело в прессе дискуссии о «праве розог» (кстати, признанному легчайшим видом телесных наказаний — с 1845 г. им заменили кнут). Разумеется, в фокусе внимания участников обсуждения было физическое насилие (заметим, соотношение понятий «наказание» и «насилие» остается дискутируемым) над крепостными. Этот вопрос, благодаря остроумной рифме с гамлетовским, нередко обозначался как «бить или не бить». Вместе с тем обсуждение такого рода «отеческого надзора» за крестьянами в публикациях широко мыслящих авторов закономерно выходило на смежные проблемы — «палочной дисциплины» в армии и на флоте, а также педагогики «сокрушения ребер» подрастающего поколения. Последняя привлекала повышенное внимание, тем более что «объектами» такой педагогики оказывались уже независимо от социальной принадлежности. Здесь периодика также обыгрывала риторическую формулу шекспировского героя. Причем убежденному стороннику постепенной европеизации России Н. А. Мельгунову в заголовке своей статьи в газете «Наше время» 31 июля 1860 г. удалось эффектно столкнуть оба вопроса в билингвальной конструкции — «To be or not to be? Бить или не бить?», добившись соединения в нем функциональности, экспрессивности и способности заинтриговать аудиторию, заставить ее вдуматься в смысл авторской языковой «игры».

Критика «розочной науки» в учебных заведениях, если речь шла не просто об отдельных злоупотреблениях, наталкивалась на еще большие преграды в условиях господствующих (не только среди сторонников «белого рабства») взглядов на воспитание и поддержание дисциплины среди детей. Апологеты «розочных наставлений» могли апеллировать к максимам Домостроя, а главное — к Притчам Соломоновым (13:24, 23:13, 29:15). Это обстоятельство, очевидно, отразилось в колебаниях Н. И. Пирогова в оценках «сечения» учащихся, которые он посчитал нужным предать гласности в течение 1858–1859 гг. в разных форматах — в статье «Нужно ли сечь детей и сечь в присутствии других детей?» в своем сборнике публицистики (Одесса, 1858)

и в киевском циркуляре, опубликованном в петербургском «Журнале для воспитания» А. А. Чумикова (1859, № 11). Непоследовательная позиция великого медика в дискутируемом вопросе позволила Н. А. Добролюбову язвительно назвать ее в статье «Всероссийские иллюзии, разрушаемые розгами» «нелепым» балансированием «на розгах» (Современник, 1860, № 1. С. 164). Несмотря на длинноты и некоторую привязчивость при разборе и отклонении аргументов Пирогова, выступление Добролюбова по праву вызвало широкий резонанс в обществе, а заодно (уже вопреки целям полемиста) популяризировало отдельные верно указанные критикуемой стороной доводы в пользу постепенного отказа от «сечения» в учебных заведениях.

В журналистскую полемику «pro et contra» телесных наказаний крестьян, особенно крепостных (после Манифеста 19 февраля 1861 г. — «временнообязанных»), ожидаемо включились практически все политические силы: патриархально-консервативные, умеренно-либеральные и революционно-демократические, славянофилы и западники, представители «либеральной бюрократии». Симптоматично создание в 1858 г. А. Д. Желтухиным специального «Журнала землевладельцев» с целью максимально отразить широкий спектр мнений помещиков-практиков ради выработки приемлемой для всего сословия позиции по основным аспектам взаимоотношений с крестьянами, включая карательные и исправительно-воспитательные меры в их адрес. Причем издатель и основной «вкладчик» журнала в первом номере утверждал возможность действовать при рационализации сельскохозяйственного производства без насилия, ссылаясь на собственный опыт [Терентьев, 2012. С. 1035]. Но в целом в тематическом репертуаре «Журнала землевладельцев» телесные наказания оставались, по сути, на периферии, и консенсуса в этом вопросе за два с небольшим года издания авторам достичь не удалось.

Среди наиболее активных и эмоциональных борцов против физических экзекуций в России — исповедовавшие демократические ценности политические эмигранты во главе с А. И. Герценом. 1 июля

1857 г. в дебютном номере «Колокола» на первой странице среди ключевых целей газеты он провозгласил «Освобождение податного состояния от побоев!», подчеркнув неизменность этого программного требования со времени организации им альманаха «Полярная звезда» в 1855 г. Для риторики Герцена с характерной для него апелляцией одновременно к логосу, пафосу и этосу весьма показательно самоопределение публициста, появившееся на страницах «Колокола» уже 1 ноября 1857 г.: «Мы крик русского народа, битого полицией, засекаемого помещиком» (Л. 5. С. 38).

Конечно, отдельные авторы, как и органы печати, включались в рассматриваемую полемику с разной степенью оперативности, длительности участия и готовности к глубоким аналитическим разборам вопроса в многообразии его политико-экономических, социокультурных, религиозно-философских аспектов. Это зависело от ряда факторов. Например, части журналистов значимость отмены архаичной антигуманной практики в России поначалу могла казаться самоочевидной, не требующей ни специальных усилий, ни тем более воспроизведения общеизвестных силлогизмов и тиражирования страшных картин «битья». К другим, напротив, со временем могла приходить усталость от необходимости повторов. На различия в стратегиях разных авторов и изданий влияло и их отношение к давлению цензуры, которое усилилось с 1858 г. Некоторые издания постепенно теряли подписчиков и прекращались.

Иногда даже качественная демократическая печать обрушивала негодование не столько на само «право розог» и не прекращавшиеся попытки оппонентов обосновать его сохранение, сколько на вопиющие злоупотребления при его реализации. Подобные акценты выявляются, например, при анализе материалов «Библиографии журнальных статей по вопросу об устройстве и улучшении быта помещичьих крестьян», которую в 1858–1860 гг. в «Современнике» вели Е. П. Карнович, Ф. Н. Ненарокомов, Н. Г. Чернышевский, П. С. Шульц (атрибуция конкретных публикаций остается под вопросом [Боград, 1959]).

Так, в ноябрьском номере «Современника» 1858 г. в этой рубрике анонимный автор критиковал «дельную» в целом статью Г. Ф. Петрово-Соловово, перепечатанную в июле этого года «Сельским благоустройством» из «Одесского вестника», именно за размышления о перспективах применения телесных наказаний после отмены крепостного права. Они были восприняты как «странная» для народолюбивого славянофильского органа поддержка произвола помещиков, которая позволяла им квалифицировать «преступления» поселян (от личного «неуважения» к барину до нерадения на барщине), пренебрегая «мирским или приходским судом» [Чернышевский, 1950. С. 839–840]. Столь же острое неприятие «Современника» вызвало и предложение авторитетного славянофила-либерала В. А. Черкасского в нашумевшей статье «Некоторые черты будущего сельского управления» в сентябрьском номере того же «Сельского благоустройства» — передать «участковому старосте права произвольного телесного наказания» крестьян, но с четко оговоренным числом ударов [Чернышевский, 1850. С. 851]. Возможно, автором данных разборов в «Современнике» был П. С. Шульц, а не Чернышевский [Боград, 1959. С. 348], но все равно они едва ли печатались без его ведома.

Насколько сложно развивалась рефлексия на рассматриваемую тему многих участников печатных дискуссий, свидетельствует то, что сам Черкасский, получив множество негативных откликов на цитированные выше строки, посчитал важным признать их ошибочность уже в ноябрьской книжке «Сельского благоустройства» (с. 84–87). А издатель журнала А. И. Кошелев в примечании к его «Объяснению» одобрил такую готовность публициста «дорожить истиной», вставая выше «ложного стыда» самокритики (Там же. С. 84).

Однако и после прекращения «Сельского благоустройства» в апреле 1859 г. Добролюбов в упомянутой выше «антирозочной» статье, готовившейся в конце 1859 г., вернулся к критике колебаний Черкасского. Правда, автор «Современника» использовал этот «кейс» и для небезосновательного выпада против М. Н. Каткова с его

критикой Черкасского в «Русском вестнике», несмотря на то, что сам катковский журнал тогда довольно последовательно отстаивал «удобство» временного сохранения телесных наказаний.

В месяц прекращения «Сельского благоустройства» вышел очередной номер «Колокола», в котором один из «ветеранов» борьбы с крепостничеством (выражение Герцена) Н. И. Тургенев в анонимном письме в редакцию (атрибуция [Тарасова, 1963]) нашел вполне адекватное объяснение «узаконению розог» в издании Кошелева — «умственная аберрация» (Колокол, л. 40–41, с. 336). «Розгомания и палкомания», по Тургеневу, это «болезнь», свойственная не только славянофилам и вообще не только россиянам, но в России усугубленная историческим опытом «Татарского кнута», пришедшего с ордынским игом (Там же). Противодействие этой «болезни» публицист считал первоочередной задачей прессы и после 19 февраля 1861 г.

Всего через несколько недель после объявления Манифеста Тургенев указал на недопустимое, с его точки зрения, «упущение» в правительственных документах, которые лишали «права розог» помещиков, но не «волостной суд» [Оксман, 1955. С. 586–588]. В 1862 г. в двух июньских номерах «Колокола» увидела свет его (атрибуция [Тарасова, 1963]) содержательная статья «Филарет и розги» (Л. 135. С. 1120–1121; Л. 136. С. 1127–1129). В ней продолжался диалог с издателем «Колокола», но теперь исключительно в тоне поддержки недавней публикации Герцена «Г-н Орлов и Филарет митрополит» (Л. 130. С. 1078–1081). Заголовок «Филарет и розги» лаконично информировал о принципиальной для Тургенева социальной и нравственной проблеме — отношении русской православной церкви к институту телесных наказаний «здесь и сейчас», ведь московский митрополит Филарет в те годы — один из самых авторитетных церковных иерархов и духовных публицистов в стране.

Оставаясь до сих пор не переизданным и практически не проанализированным, это выступление Н. И. Тургенева заслуживает особого внимания в рамках представляемого доклада. Ведь в нем в той или иной мере отразились все основные аспекты темы телесных наказаний, какими они виделись журналистике рубежа 1850-х — 1860-х гг.

Литература

Боград В. Э. Журнал «Современник»: 1847–1866: Указ. содерж. М.; Л. : ГИХЛ, 1959. 827 с.

Оксман Ю. Г. Н. И. Тургенев — Герцену // Лит. наследство. 1955. Т. 62. С. 583–590.

Тарасова В. М. Декабрист Тургенев — сотрудник «Колокола» // Проблемы изучения Герцена. М. : Изд-во АН СССР, 1963. С. 239–250.

Терентьев В. В. Пензенский предтеча российских реформ // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. 2012. № 27.С. 1033–1038.

Чернышевский Н. Г. Dubia // Н. Г. Чернышевский. Полн. собр. соч.: В 15 т. М. : ГИХЛ, 1950. Т. 5. С. 804–918. С. 839–840.

Алексей Евгеньевич Козлов

Институт филологии Сибирского отделения
Российской академии наук
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Николаева, 8
✉ 653@ya.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-64-71

Д. В. ГРИГОРОВИЧ В ОЦЕНКЕ СОВРЕМЕННЫХ ЧИТАТЕЛЕЙ (ПО ОТЫЗВАМ AZ.LIB.RU И LITRES) *

Двухсотлетний юбилей Дмитрия Васильевича Григоровича являет закономерность: писатель, ставший первопроходцем в истории «натуральной школы» [Лотман, 1955; Zubkov, Vdovin, 2021]; «летописец» сороковых годов, доживший до «благоуханных седин» [1] и, наконец, Колумб, открывший новую Америку в газетном мире —

* Материалы подготовлены при поддержке гранта РНФ № 21-78-00011.

[1] Имеем в виду очерк З. Гиппиус «Благоухание седин», завершающий книгу «Живые лица»: «Признаться, меня в первое время удивляло, что и эти “еще живы”. Удивляло не разумно, конечно, а в ощущении: если в хрестоматии учишь стихи Пушкина, Полонского и Плещеева, если с одиннадцати до шестнадцати лет одинаково читаешь Гоголя, Толстого, Григоровича и Достоевского, начинает казаться, что всех их, без изъятия, давно нет как людей — есть их книги. Это, впрочем, странное чувство, его трудно передать, а юности оно свойственно» [Гиппиус, 1925. С. 161].

© А. Е. Козлов, 2022

Чехова среди других молодых беллетристов[2], — сегодня мало кому известен, а его произведения практически потеряли актуальность. Об этом свидетельствуют и научные конференции, имеющие локальный, региональный характер, и сравнительно небольшое число «юбилейных» мероприятий и публикаций[3].

Отчасти эта закономерность объясняется прижизненной и посмертной репутацией Григоровича: еще при жизни после громких успехов «Петербургских шарманщиков» и повестей из простонародного быта он занял прочное место среди «обыкновенных талантов», писателей второго литературного ряда. Его поэтика, помноженная на социальную составляющую, казалась новаторской в сороковые годы XIX века, однако оказалась архаичной (т. н. «сентиментальный гуманизм») в последующие десятилетия [Мещеряков, 1985]. Во многом это спровоцировало уход Григоровича из литературы 1860–1870-х годов. Его триумфальное возвращение в восьмидесятые годы с повестью «Гуттаперчевый мальчик» (выполненной по лекалам прозы Ч. Диккенса) носило локальный характер: признавая в нем корифея, писатели новой генерации в то же время смотрели на него как на доигравшего свою роль свидетеля «замечательного десятилетия»[4], сво-

---

[2] Эту метафору неоднократно использовал В. И. Немирович-Данченко в своей книге «На кладбищах»: «Григорович в истории нашей литературы является чуть не Колумбом, открывшим Чехова. Это не совсем справедливо. Первый, кто не раз говорил об этой Америке Суворину, был именно Бежецкий (А. Н. Маслов), сам талантливый беллетрист и драматург, чуткий и не раз обращавший внимание на прекрасные миниатюры “Антоши Чехонте”» [Немирович-Данченко, 2001. С. 127].

[3] Заметим, что на родине писателя в Ульяновске (Симбирске) весной прошел целый ряд знаковых мероприятий, в том числе научно-практическая конференция «Д. В. Григорович и русская культура второй половины XIX века».

[4] Об этом очень точно писал В. В. Розанов в своем некрологе: «Гениальная роль его была сыграна, даже без поправок и дополнений и даже

его рода представителя И. С. Тургенева и Ф. М. Достоевского, ушедших в начале 1880-х годов.

Следует отметить, что во второй половине XX века предпринимались деятельные попытки актуализации и реинтерпретации его литературного наследия: повести «Антон Горемыка» и «Деревня» переиздавались множество раз, издавались и другие произведения, преимущественно из простонародного быта [Журавлева, 2013]. Наконец, в 1980-е годы было издано трехтомное комментированное собрание сочинений писателя.

Тем не менее ситуация мало изменилась и на постсоветском пространстве, несмотря на деятельные попытки «вернуть» вычеркнутые имена истории литературы. В этом отношении особое значение приобретает изучение любительских отзывов современных читателей [Герасимова, 2020]. Для изучения в данном случае мы обратились к ресурсу, имеющему наиболее продолжительную историю — Библиотеке Машкова, точнее, ее сегменту, связанному с классической русской литературой *az.lib.ru* и более современному ресурсу — *litres*. Оговоримся, что в обоих случаях читатели русской литературы «второго ряда» представляют собой маргинальную группу, по которой можно судить об «отклонении» в общей структуре читательского спроса [5].

Самым необычным читателем повестей Григориовича на az.lib.ru является христо христов (icanko.bobar@abv.bg), чья комментаторская активность приходится на начало 2010-х годов. Этот читатель оставляет свои отзывы на болгарском языке: *потресаващо* (о повести «Бобыль»), *всичко е толкова натурално, че ти идва да заплачеш* (о повести «Пахарь»); *много думи и малко действие, можело е да*

без усилий и страсти, той старой и исторически необходимой картины, которую он создал, которую он почти нашел» [Розанов, 1899. С. 1].

[5] Здесь и далее все отзывы приводятся с сохранением оригинальной орфографии.

стане хубав разказ (о романе «Рыбаки»); *Толкова много хора са го прочели, което ме кара да мисля,че се изучава в училище* (о повести «Гуттаперчевый мальчик»). Комментарии других пользователей однословны: они носят либо оценочный характер, либо направлены на исправление ошибок верстки и не имеют отношения к творческому методу писателя.

Среди читателей произведений Григоровича на Litres выделяется пользователь Светлана Линецкая, оставившая большую часть комментариев сравнительно недавно — в 2019 году. При этом дореволюционная орфография изданных при жизни писателя сочинений воспринимается читателем как своего рода иной язык, создающий некоторые трудности при восприятии текста: «*Хорошая книга. Рассказы читаются легко, несмотря на отсутствие современного перевода. Словарь не понадобится, во всяком случае я обошлась без оного. Пейзажи, описываемые автором, завораживают. Сами рассказы интересные, в них показана повседневная жизнь обычных людей. Меня зацепило произведение "Рыбаки"*». Характеризуя «Рыбаков» в другом своем отзыве, этот же читатель меняет оценку: «*Книга очень скучная. Весь сюжет строится на тяжелой доле простолюдинов и их нелегком труде. Герои все поверхностные. Одних интересует только работа, других разгульный образ жизни*». С большей симпатией читатель отзывается о произведении «Проселочные дороги»: «*Интересная книга. Герои романа только и заняты интригами, все они завистливые и злобные персонажи. Мелкие провинциальные помещики. Балахнов гордится своим древним дворянским родом, презирает своих крестьян и всех людей, кто ниже его сословия. Бобохов — купец, правда, стесняется своего сословия, но так же презирает всё и всех. Оба персонажа потеряли человечность. Жизнь простых людей для них ничего не значит. Люди для них — грязь под ногами*».

По мере освоения собрания сочинений пользователь выносит строгий вердикт: «*Мне не понравилась книга. Такое чувство, что Григорович все свои рассказы писал под копирку. Герои разные —*

сюжет один. Вечно страдающий крестьянин, который прекрасен в своем смирении. Сюжетная линия отсутствует. Больше похоже на личные рассуждения автора о крепостном праве», в то же время отмечая художественность путевых очерков Григоровича: « *“Корабль Ретвизан”— великолепнейший рассказ. Больше похоже на личный дневник и путеводитель по европейским странам. <...> Я впечатлена*».

Ожидаемо, что наибольшее число отзывов на az.lib.ru (22) и Литрес (24) оставлено пользователями под повестью «Гуттаперчевый мальчик». Часть читателей объясняет свой выбор тем, что изучение повести — это часть домашнего задания, часть — своим ностальгирующим обращением к произведениям русской классики («*Читала в детстве, наверное, в школе, потом дочке-дошкольнице, она сейчас говорит, что это произведение в то время сильно ее ужаснуло»; «Я помню эту книгу из детства, нам задавали читать ее в школе. Тогда она показалась мне скучной и ни о чем. Перечитал спустя 30 лет и осознал трагическую судьбу мальчика»; «Текст явно не для учащихся 2 класса. Нам задали читать на зимние каникулы! Ужасно. Я, как родитель, против*»).

Закономерно, что многие современные читатели испытывают эффект эмпатического чтения.

Az.lib.ru: аноним: *«мнре конечно было жалко мальчёнку, но такова его судьба»; Монпансье (lllqaz@mail.ru): «Я была маленькой, первый раз мне читала рассказ мама... потом сама... к финалу я заливалась слезами. Не вспоминала об этом лет 15. Сегодня слушала “Скалолазку” Высоцкого, и там строчка “...скалолазка моя гуттаперчевая!..” и меня прям как обожгло! Скачала. Пока повторно не прочла. Но переживания имеются... как будто снова 6 лет»; Дмитрий Штейн (dmi29@mail.ru): «Жуткая история, да»*.

Litres: «*У автора лёгкий слог, но окончание очень грустное и трагическое*» (Евгений П.), *«конец особенно заставил расстроиться, даже прослезиться. советую всем прочитать, превосходное произ-*

ведение, потрясающего автора» (Taehyung Kim); «*Книга хорошая, поучительная, но мальчика жалко всё-таки. Почитать советую. Эта книга показывает всю слабость и боль беззащитных детей*» (android_e670f296); «*хорошая книга, но жаль мальчика который в конце умер.. а так книга замечательная, интересная и классная хоть много грустных фрагментов*» (onisenkoolesa); «*Книга очень грустная, но при этом она очень поучительная, а самое главное учит состраданию и открывает глаза на то, что может творится с другими людьми, которые находятся за завесой твоей жизни*» (Мария Разживина); «*Искреннее сочувствие пробило сквозь душу. Полагаю, даже человек с каменной душой не остался б равнодушным к сие творению; <…>Д. Григорович — мастер своего дела, он заставил прочувствовать всю боль незащищенных детей, заставил задуматься о равнодушии людей, безответственном отношении взрослых к детям, об эгоизме. Поистине мощное произведение — это то, что заставляет испытать эмоции*» (albinagabdullina00).

Другая линия интерпретации связана с поиском социально-обличительных тенденций.

Az.lib.ru: Борис (gonec05@rambler.ru): *«Бесправие и нищета описаны хорошо»*.

Litres: «*сильный рассказ, который высмеивает и облачает всю скупость и ужас капитализма…так и задумаетесь, сидя в теплом доме, со всеми вещами: каково было Пете в его нелегкой жизни*» (sasha-port2110); «*Автор Дмитрий Васильевич Григорович очень убедительно и реально описывает жизнь простых русских людей, вынужденных работать на потеху богачам, чтобы просто заработать себе на кусок хлеба*» (Марина).

Наконец, часть читателей встает на позицию литературных критиков, упрекая произведение Григоровича в неправдоподобности и других эстетических дефектах.

Az.lib.ru: Andrey: «*Хорошее произведение. Но не кажется ли вам, что автор перегибает с длинной предложений. Игра на контрастах тоже присутствует. Мне кажется, что это немного избито?*»

Этот отзыв вызвал дискуссию: пользователь Редактор указал своему оппоненту на то, что Григорович — современник Достоевского и Тургенева, а также отправил ссылку на материалы ФЭБ, где подробнее описана специфика творческого метода писателя. Сходное обсуждение возникло и на Litres: «*Грустный конец во-первых долгое больше мне не чего сказать так что на 4) грустно и жаль мальчика!!! Не делайте такие грустные концовки*» (kotiksveta2000). Эта рекомендация, уместная для писателя-современника, теряет свой смысл при уточнении историко-литературного контекста: «*Переживаешь жизнь вместе с героями произведения. Григоровича как писателя очень ценил сам Фёдор Михайлович Достоевский! Рекомендую! Это Великая Литература!*» (Shipulin.n). Часть читателей обоих ресурсов сравнивают повесть Григоровича с произведениями Короленко и Куприна.

Несмотря на названную выше маргинальность рассматриваемой читательской группы и дилетантский характер большинства приводимых отзывов, можно констатировать, что в своей концептуальной основе они повторяют оценки критиков и современников. Действительно, после успеха первых повестей Григоровича из простонародного быта последующие опыты в этом жанре были сочтены литературной критикой автоэпигонством, также неоднократно отмечалось, что написанные Григоровичем романы — это те же повести, измененные количественно, но не содержательно. Симптоматично и то, что наибольший отклик по-прежнему вызывает «Гуттаперчевый мальчик». Эта повесть заключила в себе ключевые интенции Григоровича и отразила лучшие стороны его творческого метода, одновременно повторив успех «Деревни» и «Антона Горемыки» и даже перекрыв его, при этом став «гарантом» прочного места Григоровича среди литераторов второго ряда.

Однако в культурной памяти произведения Григоровича продолжают свое бытование как спутники русской классики, предвосхищающие и в то же время подражательно отражающие поэтику Ф. М. Достоевского, И. С. Тургенева и Л. Н. Толстого. В этом отношении нельзя не согласиться с читателем az.lib.ru, констатировавшим причину творческой неудачи писателя: «*Напиши он “Мальчика” на уровне Гоголя, то, может быть, его и изучали бы в школе. Взамен кого-нибудь*» (Редактор).

Двухсотлетие со дня рождения Григоровича убеждает нас в том, что этого так и не произошло.

Литература

Герасимова А. Проблема реального реципиента художественного текста: анализ современных читательских практик / А. Герасимова. Тарту, 2020.

Журавлева А. И. Кое-что из былого и дум / А. И. Журавлева. М. : Изд-во МГУ, 2013. 272 с.

Лотман Л. М. Григорович // История русской литературы: В 10 т. Т. 7. М.-Л. : Наука, 1955. С. 301–339.

Мещеряков В. П. Григорович: писатель и искусствовед / В. П. Мещеряков. М. : ГИХЛ, 1985. 176 с.

Zubkov K., Vdovin A. New approaches to Representation of Peasants in Russian Literature. Russian literature, no 1, 2021, p. 7–14. DOI: 10.1016/j.ruslit.2021.

Юрий Васильевич Шатин

Новосибирский государственный педагогический университет
630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
Институт филологии Сибирского отделения Российской академии наук
630090, г. Новосибирск, ул. Николаева, 8
✉ shatin08@rambler.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-72-73

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ДНЕВНИКА ПИСАТЕЛЯ 1873 ГОДА ДОСТОЕВСКОГО НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА «ГРАЖДАНИН»

1. Приняв предложение издателя газеты-журнала «Гражданин» В. П. Мещерского стать главным редактором, Достоевский столкнулся с трудной ситуацией. Ему пришлось одновременно решать две противоположные задачи: с одной стороны, сохранить лояльность основному адресату издания — узкому кругу высшей российской бюрократии, стремившейся затормозить либеральные реформы Александра II, а с другой, искать способы привлечения к журналу большего числа подписчиков. Требовались новые формы и новые жанры, обеспечивающие коммуникацию издания и читателя. Эта форма письма позволяла бы выражать сокровенные мысли редактора, избегая как деклара-

© Ю. В. Шатин, 2022

тивной публицистики, так и погружения в глубины художественного вымысла. Такой формой стал Дневник писателя.

2. В основу стратегии письма Дневника писателя положен принцип нераздельности и неслиянности ансамбля приемов риторики с принципами поэтики прежде всего в области нарратологии. Каждый мотив, попавший в поле зрения автора, направляется не столько в сторону динамического развития, сколько на закрепление на данном участке текста с помощью того или иного набора риторических средств. К числу таких приемов следует отнести особый характер энтимемы, где благодаря включению нескольких противостоящих друг другу голосов исходная докса преобразуется в парадоксальное суждение. Наряду с этим Достоевский широко использует принцип ложного забвения, прием опущенного слова, мотив маски, а также многочисленные варианты иронии и пародии. Наряду с включением чужих голосов в Дневнике писателя наблюдается широкое включение чужих текстов. Придавая им метатекстовый статус, Достоевский достигает зыбкости и взимопроницаемости границ документального и художественного. Особую роль в произведении играет соотношение двух основных жанров риторики — проповеди и исповеди. В отличие от Л. Н. Толстого, Достоевский при обращении к проповеди демонстративно избегает прямого слова, скрывая его другими приемами: аллегорией, иронией, экфразисом и т. п. Напротив, исповедь — тот редкий для писателя случай обращения именно к прямому слову, благодаря чему достигается полное сращение Достоевского — писателя и человека.

3. Подводя итог, можно сказать, что новаторство Дневника писателя было обусловлено в первую очередь коммуникативной стратегией, стремившейся соотнести общественную позицию журнала «Гражданин» с творческими интенциями писателя, погружая в эту игру гипотетически большой круг читателей. Оставив в 1874 г. должность редактора «Гражданина», Достоевский продолжил жанровые и риторические эксперименты в своем Дневнике, но теперь они уже не связывались с позицией издания и предоставляли автору большую свободу творческой мысли.

Наталия Вениаминовна Жилякова

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
634045, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 36
✉ retama@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-74-80

ПРОБЛЕМЫ АКТУАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ ДОРЕВОЛЮЦИОННЫХ ПИСАТЕЛЕЙ И ЖУРНАЛИСТОВ СИБИРИ*

Одной из специфических черт, отличающих сибирскую периодическую печать дореволюционной эпохи от современной прессы, было сосуществование на страницах газет и журналов как собственно журналистских жанров (информационных, аналитических, художественно-публицистических), так и литературных. Эта особенность отмечается многими исследователями: сибирская журналистика рассматривается в научных работах как «творческая лаборатория» местных литераторов, объединяющая вокруг себя представителей молодой сибирской интеллигенции, способствующая формированию широкого круга читателей (см.: [Сибирь. Литература…, 2002; Книжная культура..., 2014; Словесная культура.., 2019; Литература Сибири.., 2022]). Обращение к художественным текстам, опубликованным на страницах сибирской периодики, дает возможность

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-78-10126, https://rscf.ru/project/22-78-10126/.

© Н. В. Жилякова, 2022

проследить творческий путь региональных писателей и поэтов, а также поставить вопрос об актуализации их творческого наследия в формате републикации — составления сборников из произведений, «затерянных» в годовых подшивках дореволюционных газет и журналов.

Для реализации поставленной цели актуализации текстов дореволюционных писателей и журналистов необходимо решение целого комплекса задач разного уровня сложности, начиная с отбора персоналий. Дореволюционная Сибирь не могла «похвастаться» большим количеством ярких литературных и публицистических талантов, но тем не менее с ней были связаны имена Г. А. Вяткина, Г. Д. Гребенщикова, Н. И. Наумова, Г. Н. Потанина, И. В. Федорова-Омулевского, В. Я. Шишкова, Н. М. Ядринцева и других известных писателей, поэтов, публицистов. Их творческое наследие представлено в ряде изданий, входящих, например, в серию «Литературные памятники Сибири» (издавалась в 1979 по 1993 гг. в Иркутске Восточно-Сибирским книжным издательством), либо издано в формате собрания сочинений (см.: [Вяткин, 2007]). Однако до сих пор только в виде публикаций на страницах периодической печати доступны произведения не столь крупных, но безусловно талантливых авторов, таких как Ф. В. Волховский (ссыльный поэт-народник, бывший активным сотрудником «Сибирской газеты»), В. Мануйлов (рано погибший фельетонист «Сибирского вестника»), П. А. Казанский (он же Премудрая крыса Онуфрий, томский и барнаульский поэт-сатирик) и многих других.

Определенные сложности представляют поиск произведений дореволюционных авторов в общем массиве газетно-журнальных текстов, ручной набор произведений (обусловленный плохой сохранностью источников, исключающей автоматическое распознавание текста), составление историко-литературного комментария, проясняющего смысл и описывающего проблемно-тематическую специфику текстов. Но одной из самых острых проблем является отсутствие

знаний о востребованности такого рода изданий у потенциальной читательской аудитории. Современные исследования свидетельствуют о трансформации читательских практик и практик медиапотребления у современной молодежи (см. напр.: [Беляева, 2017; Игнатьева, 2021; Толоконникова, 2021; Черняк, 2007]), поэтому вопрос о том, на какую аудиторию будет направлен задуманный проект, требует решения в числе первых.

В рамках работы над составлением корпуса материалов томского беллетриста начала XX века В. Курицына (автора авантюрных газетных романов, сатирических произведений, поэта и очеркиста) с целью издания собрания его сочинений была реализована возможность обращения к читателям, впервые знакомящимся с текстами дореволюционного забытого литератора. Такими читателями стали наборщики текстов В. Курицына — представители молодой аудитории: школьник, 15 лет (далее «школьник»); студент-бакалавр 1 года обучения, 18 лет, гуманитарий (далее «бакалавр»); студент-магистрант 2 года обучения, 23 года, IT-сфера (далее «магистрант»). Каждый из них в процессе ручного набора прочитал от 7 (школьник) до 36 (бакалавр) произведений В. Курицына разных жанров, после чего заполнил анкету, которая может рассматриваться в качестве предварительного пилотного опроса.

Наиболее интересные развернутые высказывания были получены на следующие вопросы: «Стали бы вы читать по собственной воле эти тексты, если бы не были наборщиками?»; «Если тексты показались неинтересными, сложными, неактуальными — как вы думаете, можно было бы их “осовременить”? Сделать по их мотивам игру, снять видео?»; «Как вы думаете, нужно ли сегодня переиздавать дореволюционных неизвестных авторов — или пусть они и дальше остаются неизвестными?».

В целом тексты В. Курицына не показались представителям современной молодежи сложными, а отдельные фрагменты вызвали интерес:

«Детективная история, тянущаяся для главного героя через встречи с одной и той же женщиной в разных местах мира, для меня интересна» (магистрант);

«Произведения забавные, несколько революционные и, что удивляет, актуальные и на сегодняшний день. Рушатся школьные стереотипы о том, что раньше писали только о парусах, любви и о том, как хорошо быть гражданином. Очень тронул рассказ Валентина Курицына “У дорогой могилы”» (бакалавр).

Честный ответ на вопрос о «добровольном» знакомстве с текстами Курицына был «нет», с добавлением таких комментариев, как «но мне просто неинтересно читать книги и рассказы и вдумываться, о чем идет речь» (школьник), «возможно, я один, кому нет интереса в данных произведениях в плане литературной ценности» (магистрант). Однако все участники опроса сошлись во мнении о том, что переиздавать произведения забытых дореволюционных авторов — хорошая идея:

«Думаю, да, многим интересно читать рассказы из прошлого времени, не зря же авторы трудились над своими произведениями» (школьник);

«Да, определенно, да — переиздавать их нужно! Это интереснейшая глава истории, о которой почему-то умалчивается… Мы мало знаем о своем регионе, особенно о его развитой прежде (а может быть, и сейчас?) литературной среде. Тем более многие произведения не могут оставить равнодушным, они раскрашивают жизнь и наводят на небезынтересные мысли…» (бакалавр);

«Конечно, хотелось бы однозначно ответить, что нужно, но так ли это на самом деле — вопрос спорный. Лично я не стал бы читать что-то подобное для удовольствия или развлечения, но при этом интересно было видеть старую речь, хоть и переданную в тексте, какие-то слова, манеру общения. Также интересны были истории про быт, то есть как люди жили раньше; охота, спиртоносы, рудники, всё это — как часть истории края и государства — интересно» (магистрант).

При этом один из участников опроса подчеркнул: «Эти тексты, пожалуй, требуют определенной подачи, чтобы заинтересовать. Допустим, презентации одного из небольших юмористических стихотворений («На тему дня» Дон Валентино, например). И, безусловно, тексты нуждаются в переводе на современный язык: не каждому хочется мучиться с устаревшей орфографией. И платформа для их публикации должна быть близка современному читателю: Telegram или “ВКонтакте”» (бакалавр).

Вопрос про «осовременивание» текстов, то есть о новых форматах их представления или вариантах популяризации, вызвал «заочную дискуссию» участников опроса: школьник выступил с предложением «заменить архаизмы на более актуальные слова, которые многие употребляют в своей речи», магистрант же высказал мнение о том, что «осовременивать ничего не стоит, тексты хранят в себе идею и стиль автора начала прошлого века, слог, ситуации и реакция персонажей несут в себе саму суть. Если что-то изменить, весь шарм столь старых текстов пропадет».

Также была предложена идея следующей адаптации дореволюционного текста для современной аудитории: «Большей частью моей работы был вышеупомянутый текст Не-Крестовского “В зареве пожара: из романа-хроники событий 1905 года” <…> идея в том, чтобы создать по мотивам романа игру: можно было бы отыгрывать судьбу одного из персонажей, выбирая за него действия, которые бы влияли на его будущее. Быть настоящим бунтовщиком, строить заговоры, собираться по ночам в холодных банях и обсуждать завтрашний мятеж… Или почувствовать себя женой революционера, плачущей дома с ребенком, когда муж бегает с револьвером по городу. Или членом правительства?.. В общем, вариантов много. И, кажется, это должно быть интересно» (бакалавр).

Таким образом, пилотный анкетный опрос, проведенный среди потенциальных читателей произведений дореволюционного сибирского автора, позволяет сделать вывод о том, что молодежь прояв-

ляет определенный интерес к творческому наследию региональных литераторов, понимает их важность для знакомства с историей и литературой «малой родины». Благодаря знакомству с текстами В. Курицына читатели заинтересовались и местом их первой публикации — газетой «Сибирские отголоски», и историческими событиями, которые описывались в произведениях литератора, и биографией самого автора. Это означает, что особую роль в переиздании должен играть историко-литературный комментарий. Однако ответы участников опроса также показывают, что читательский интерес к дореволюционным произведениям необходимо формировать: переводить тексты в удобные для современного читателя форматы, размещать на разных платформах, в том числе в соцсетях или мессенджерах, разрабатывать на их основе игры или геймифицированные цифровые продукты.

Литература

Беляева Н. Е. Чтение художественной литературы в интернете: изучение современных читательских практик // Вестник культуры и искусств. 2017. № 2 (50). С. 47–52.

Вяткин Г. А. Собрание сочинений: в 5 т. / сост. Т. Г. Зубарева, А. Е. Зубарев; гл. ред. М. С. Штерн. Омск : Ом. кн. изд-во, 2005.

Игнатьева О. В. Специфика потребления аудиторией медиаконтента в эпоху цифровых трансформаций // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия : сборник материалов Международной научной-практической конференции. М. : Фак. журн. МГУ, 2021. С. 149–150.

Книжная культура Томска (XIX — начало XX в.) / И. А. Айзикова, Т. Л. Воробьева, И. Ф. Гнюсова, В. А. Есипова, Е. В. Ивановская, Т. П. Карташова, Е. А. Макарова / Под общ. ред. В. А. Есиповой, Т. Л. Воробьевой. Томск : Изд-во Том. ун-та, 2014. 416 с.

Литература Сибири в социокультурном пространстве : материалы Всероссийской (с международным участием) научной конферен-

ции, посвящ. 100-летию со дня рождения В. П. Трушкина. / Отв. редактор Ю. М. Брюханова. Иркутск : Иркутский гос. ун-т, 2022. 366 с.

Сибирь. Литература. Критика. Журналистика. Памяти Ю. С. Постнова. Новосибирск : Изд-во СО РАН, 2002. 255 с.

Словесная культура Сибири в общероссийском и европейском контекстах (XIX — начало XX в.) / И. А. Айзикова, С. В. Волошина, Л. Г. Гынгазова, В. А. Есипова, Н. В. Жилякова, Т. П. Карташова, Н. Е. Никонова, Д. А. Огнев, Д. А. Олицкая, Ю. С. Серягина, И. В. Тубалова / Под общ. ред. И. А. Айзиковой. Томск : Изд-во Том. ун-та, 2019. 492 с.

Толоконникова А. В. Ключевые особенности медиапотребления российских студентов // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия : сборник материалов Международной научно-практической конференции. М. : Фак. журн. МГУ, 2021. С. 159–160.

Черняк М. А. Читать модно? Или Грустные размышления о читателе XXI века // Филологический класс. 2007. № 18. С. 4–11.

Александр Евгеньевич Мазуров

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 36
✉ rumatamonteg@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-81-87

РЕЦЕПЦИЯ ТВОРЧЕСТВА М. Е. САЛТЫКОВА-ЩЕДРИНА В ФЕЛЬЕТОНАХ Ф. В. ВОЛХОВСКОГО В «СИБИРСКОЙ ГАЗЕТЕ» (1882–1888 гг.) *

Художественные и художественно-публицистические жанры занимали важное место в первой частной «Сибирской газете» (1881–1888 гг.), которая издавалась в Томске по программе общественно-политической, но при этом характеризовалась исследователями как «литературоцентричное» издание [Жилякова, 2002. С. 18–30]. Художественно-публицистические материалы, литературная критика, театральные рецензии встречались почти в каждом номере газеты. Издание ставило перед собой задачу просвещения своих читателей, введения сибирского провинциального творчества в российский литературный контекст [Там же, 2002. С. 30–49].

Начиная с 1882 года, ключевым публицистом «Сибирской газеты» выступал поэт-народника Ф. В. Волховский [См.: Доманский, 1996.

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-78-10126, https://rscf.ru/project/22-78-10126/.

© А. Е. Мазуров, 2022

С. 147–167]. За время сотрудничества с изданием (1882–1888 гг.) публицистом было опубликовано больше 100 материалов, в числе которых 76 фельетонов. К особенностям повествовательной манеры публициста относились: использование литературных масок, открытость авторской позиции, мифологизация действительности, опора на документальность и диалогичность [См.: Рощевская, 1975. С. 84–95; Жилякова, 2020. С. 16–36; Мазуров, 2021. С. 22–25].

В фельетонах Ф. В. Волховский ориентировался не только на постановку проблемных вопросов, но и на приобщение читателей к культовым именам и произведениям отечественной литературы: материалы публициста отсылали к сатирическим журналам 1860-х годов, повестям Н. В. Гоголя и творчеству современника М. Е. Салтыкова-Щедрина [См.: Жилякова, 2008. С. 333–345; Мазуров, 2022].

Цель исследования — выявление рецепции творчества и образов М. Е. Салтыкова-Щедрина в фельетонах Ф. В. Волховского периода его сотрудничества с «Сибирской газетой» (1882–1888).

В фельетонах Ф. В. Волховского, особенно в полностью сатирическом цикле «Сибирский музей» (1884–1885 гг.), опубликованным под псевдонимом Консерватор, неоднократно встречаются образы М. Е. Салтыкова-Щедрина. Именно из произведений классика в фельетоны публициста перекочевали многочисленные коты, кондраты, Колупаевы, Разуваевы и помпадуры. Фельетонист отсылает к сатирику уже в первом фельетоне цикла, обозначая, что общая характеристика российским «хищникам» «воспроизведена давно уже нашим талантливейшим сатириком Щедриным и знакома всякому, мало-мальски грамотному русскому человеку» (СГ. 1884. № 12). Таким образом, фельетонист как бы ставил основной задачей — показать хищников сибирских.

Несмотря на сужение образов до локальных тем, Ф. В. Волховский убеждал читателя в том, что сибирские помпадуры ничем не отличаются от щедринских. Как и сатирик в публикуемом в «Отечественных заметках» цикле «Помпадуры и помпадурши» (1863–1874),

публицист создавал образ самодовольного и глупого представителя администрации, подчеркивая отсутствие индивидуальности и создавая вслед за классиком образ человека-маски, который «можно примерить» почти к любому чиновнику с «пустотой мыслей» и «шелухой слов» [Макашин, 1972. С. 336]. Интересным в контексте размышлений представляется описание реинкарнации помпадура: «Дух помпадура Бородавкина, “материализовавшись” в современную фигуру полковника Надарова, тряхнув эполетами, прямо заявил, что случаев отравления хлебом не было, что барбарисового кустарника на озере Хаика нет, потому что он, полковник Надаров, его не видел, и что исследования г. Пальчевского не имеют значения, так как последний окончил курс в военном училище» (СГ. 1888. № 15). Таким образом, Волховский подчеркивал вневременность и актуальность образов сатирика.

Ф. В. Волховский вслед за Салтыковым-Щедриным конструировал также собственный сибирский вариант города Глупова в цикле фельетонов «Летопись мирного городка» под псевдонимом Я. Ачинский. Волховский начинал повествование с «фактов» из жизни «Мирного городка», которые многим жителями Сибири не казались фантастическими: беспорядки в гостиницах, побег арестантов, общественное собрание и др. (СГ. 1883. № 44). Но со временем сквозь образ города читатель начинал видеть черты города Глупова с гротескными персонажами: городским главой Мироном Миронычем и полицейским надзирателем Кольчегой. Сам городок у Ф. В. Волховского был примечателен лишь полицейскими участками, гостиницами и золотыми вывесками ведомств (СГ. 1884. № 28).

Ф. В. Волховский в своих фельетонах обращался к многочисленным фольклорным мотивам, мифологизации, а также к образам русской классики, проецируя их на современность, актуализируя их и создавая таким образом характерное для поэтики Салтыкова-Щедрина символическое иносказание [Глазкова, 2008. С. 150–153]. Так, в цикле Ивана Брута иное сибирское звучание в приложении на со-

временность приобретают образы гоголевского «Вия», пройдя сквозь ссылку, они наделялись актуальными чертами биографии [Мазуров, 2022]. Встречаются в фельетонах публициста и библейские сюжеты: «В Киренске открывается целый поход против корреспондентов: судья Асокин пишет в Иркутский губернский суд просьбу о выдаче ему имени корреспондента, “дабы сослать его в Якутскую область, а может быть, и далее”», — уподобляя цензоров и полицию Христу и апостолам: «Христос и апостолы преподаватели же самые строгие заповеди в ограждение свободы слова от сквернословия и хулы на Дух Святого!» (СГ. 1883. № 45).

Публицист вслед за Салтыковым-Щедриным создавал в своих фельетонах два пласта — мифологический (художественный) и реальный. Для Волховского также характерна размытость планов и образов, он стремился охватить всю Сибирь целиком, обращаясь к конкретным фактам и создавая целостную систему с выявленными в ней противоречиями: «Восхитительная декорация была доведена до конца: передо мною вставали и уходили вглубь чистые, снежные холмы, местами разделенные громадными падями, обозначавшими ложбины могучих рек, теперь скованных морозом; под ногами был не паркет, а гладкая, полупрозрачная толща льда с оттенком аквамарина… Мне казалось, что я окидываю взглядом целую Сибирь и по временам, когда я напрягал слух, мне думалось, что не гул замаскированной толпы касается его, а доносится прибой далекого моря» (СГ. 1888. № 1).

В творчестве М. Е. Салтыкова-Щедрина характерным «новым мифом своего времени» [Глазкова, 2008. С. 150–153] было взаимодействие писателя и читателя, следующие из этого перипетии. Так, в сказке «Приключение с Крамольниковым» (1886) Салтыков-Щедрин описывает, как «коренной пошехонский литератор» утратил возможность писать, окруженный «отступниками». В своих фельетонах Ф. В. Волховский также неоднократно обращался к противопоставлению образов «корреспондентов» и «кондратов»: «Почему

сибирский корреспондент прячется? Уж, конечно, не от страха судебной ответственности, нет — он боится за свои ребра, за свое существование, которому грозит или сам кондрат своим жирным кулачищем, или подосланный кондратом молодец, готовый за полуштоф “отделать под орех” кого прикажут» (СГ. 1884. № 15).

Как и Салтыков-Щедрин, Ф. В. Волховский в своих произведениях показывал читателям изнанку мира, обращаясь ко сну и фантасмагории. Так, в повести «Запутанное дело» Салтыков-Щедрин описывал три сна главного героя бедняка Ивана Мичулина: о «баловне фортуне», проститутке Наденьке и пирамиде из человеческих тел разных форм. Показывая читателю сны главного героя, автор делился с читателями проблемой социальной несправедливости, притеснений, которые в реальности испытал главный герой.

Во многих фельетонах Волховский погружает читателя во сны литературных масок, где в форме аллюзии, подобно пирамиде из «Запутанного дела», читатель мог увидеть золотого истукана (СГ. 1883. № 6), притесняемую нечистью Сибирь (СГ. 1883. № 1), всесибирскую дешевку (СГ. 1888. № 34). Так, в фельетоне под псевдонимом В тиши расцветший василек «Путешествие в глубь страны» (СГ. 1882. № 47) в дороге рассказчик замерзает, ямщик отвозит его на «зимовье», где хозяин «водочку держит». Выпивая большой стакан водки, василек в пути впадает «в тяжелое, полное фантастических грез забытье». Во сне автор, опасаясь за дальнейшую судьбу литератора, пробует себя в роли горного блюстителя Федорова, погружается в мир приисковой коррупции, берет на себя командование батальоном, но тем не менее везде в нем узнают василька.

Таким образом, реальность в фельетонах Ф. В. Волховского превращалась в мифологизированную, которая раскалывалась под воздействием мифологических, сказочных образов, как и поэтика М. Е. Салтыкова-Щедрина. Реальный мир в фельетонах при этом также претерпевал существенные изменения. Одним из ключевых приемов для Ф. В. Волховского служит гротеск, вкрапление в сибирский

материал абсурдной канвы повествования: «В свободное от дипломатических занятий время Федот Силыч поражает всех своей откровенностью; однажды мне случилось быть с ним на вечере у генеральши Триклинской. Хозяйка, желая занять своего собеседника, обратилась к нему с вопросом: — Вам, вероятно, скучно у нас сегодня, Федот Силыч, что вы молчите? Вы, говорят, любите развлечения… — Вашество, я люблю больше всего в мире карточки и конфетки, да конфетки и больше мне ничего не нужно!» (СГ. 1885. № 11). Волховский, пытаясь приложить сказочную, но правдивую реальность на действительность, обращается к ключевому приему Салтыкова-Щедрина [Макашин, 1972], что вместе с мифологизацией позволяет назвать основанные на реальных фактах фельетоны публициста глубоко символической сатирой.

Опираясь на сатирические традиции и мифотворчество произведений М. Е. Салтыкова-Щедрина, Ф. В. Волховский в своих фельетонах тем не менее смог найти собственный авторский стиль, разработать поэтику и эзопов язык, описывая жизнь провинциальных хищников и помпадуров. Именно Ф. В. Волховский первым из сибирских публицистов, работая с беллетризованными фельетонами, вывел оперативный и злободневный жанр, привязанный к региону, на уровень общероссийской культуры.

Литература

Глазкова Т. А. Миф и реальность в сатире М. Е. Салтыкова-Щедрина // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. СПб., 2008. С. 150–153.

Доманский В. А. Ф. В. Волховский — негласный редактор «Сибирской газеты» // Русские писатели в Томске. Томск, 1996. С. 147–167.

Жилякова Н. В. Между литературой и журналистикой: фельетоны Ф. В. Волховского в «Сибирской газете» // Американские исследования в Сибири : материалы Всероссийской научно-практической конференции «Американские идеи и концепции в гуманитарных иссле-

дованиях ученых Сибири и преподавании в средней и высшей школе». Томск, 2008. С. 333–345.

Жилякова Н. В. «Обличать, колоть и жалить»: Сатирическая журналистика Томска конца XIX — начала XX века. Томск, 2020. 386 с.

Жилякова Н. В. «Сибирская газета», г. Томск, 1881–1888 гг., как явление литературного регионализма : дисс. ... канд. филол. н. Томск, 2002. 270 с.

Мазуров А. Е. Документальная основа и работа с фактами в фельетонах Ф. В. Волховского (на примере публикаций 1882–1884 гг.) // Вестник Томского государственного университета. Филология. № 469. Томск, 2021. С. 22–25.

Мазуров А. Е. Рецепция творчества Н. В. Гоголя в фельетонах Ф. В. Волховского в «Сибирской газете» // Медиаскоп. 2022. Вып. 1. URL: http://www.mediascope.ru/2764.

Макашин С. А. Салтыков-Щедрин на рубеже 1850–1860-х годов / С. А. Макашин. М., 1972. 596 с.

Рощевская Л. П. Ф. В. Волховский — сотрудник «Сибирской газеты» // Вопросы истории и теории литературы. Научные труды Тюменского гос. университета. № 14. Тюмень, 1975. С. 84–95.

Иван Александрович Такмянин

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 66
✉ ivan.takmyanin@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-88-94

ТЕМА НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПЕЧАТИ СИБИРИ (НА МАТЕРИАЛАХ «СИБИРСКОЙ ГАЗЕТЫ», ТОМСК, 1881 г.)

В конце XIX века город Томск, являющийся центром Томской губернии, был крупным культурно-просветительским центром. В 1881 году здесь были возведены корпуса первого за Уралом высшего учебного заведения — Императорского Томского университета, работал крупнейший в Сибири книжный магазин, многочисленные средние учебные заведения. Большую роль в жизни местного общества и развития просвещения играл предприниматель и меценат Пётр Иванович Макушин (1844–1926), который стал основателем первой частной крупной газеты Западной Сибири — «Сибирской газеты». Одной из задач этого издания было «просвещение и воспитание читателя» [Жилякова, 2013. С. 117], поэтому уже в первый год существования «Сибирской газеты» можно было проследить интерес ее авторов к теме науки и образования.

Целью настоящего исследования является выявление форм и методов представления научно-образовательной тематики в «Сибир-

© И. А. Такмянин, 2022

ской газете» в первый год ее издания — 1881 г. Методами исследования стали фронтальный анализ содержания годового комплекта номеров «Сибирской газеты» (43 номера), выявление корпуса материалов, жанровый и тематический анализ газетных публикаций.

Особое внимание к теме народного просвещения и образования было заметно, начиная с передовой редакционной статьи газеты. Она так описывала цели издания: «Народное просвещение в Сибири, положение и нужды сибирского крестьянина и инородца, и скорейшая перестройка старого, дореформенного порядка, начатая в Сибири введением нового городового положения будут главными задачами, над которыми “Сибирская газета” будет преимущественно трудиться» [1].

Издание отличалось областнической направленностью, которая поддерживалась благодаря деятельности А. В. Адрианова, была обусловлена сотрудничеством с Н. М. Ядринцевым и Г. Н. Потаниным [Жилякова, 2015. С. 17]. Основные темы газеты были сосредоточены вокруг Сибири: авторы писали о сибирской истории и географии, обращали внимание на этнографию, информировали о текущем положении в регионе в разных аспектах: экономика, торговля, инородческий вопрос, хозяйство, образование, метеорологические наблюдения.

В газете были представлены постоянные рубрики: «Телеграммы “Сибирской газеты”», «Хроника», «Сибирская хроника», «Русское обозрение», «Литературное обозрение» и некоторые другие. В них регулярно публиковались материалы, связанные с просвещением, народным образованием, наукой.

Новости о народном образовании — как регионального, так и общероссийского характера, — постоянно присутствовали в телеграфных сообщениях и информационных подборках «Сибирской газеты». Например, в «Хронике» затрагивалась проблема нехватки мест в гимназии: «за наполнением нормального (в 40 человек) остаются

[1] Сибирская газета. 1881. № 1.

непринятыми до 25 мальчиков, хотя они и выдержали экзамен»[2]. В разделе «Телеграммы “Сибирской газеты”» авторы указывали на необходимость реформ в образовании: «Мы привели только те недостатки наших гимназий и реальных училищ, которые наиболее бросаются в глаза. Но мы думаем, что программы тех и других должны непременно подвергнуться самому подробному пересмотру и изменению»[3].

Повышенный интерес к теме образования был связан не только с издательской деятельностью П. И. Макушина, но и тем, что он с 1875 года являлся гласным в Томской городской думе, а в 1882 году при его участии было создано Общество попечения о начальном образовании, благодаря чему стал возможным сбор материальной помощи для учащихся.

Научная тема затрагивалась как в новостных материалах, так и в аналитических и даже литературно-критических. Например, в разделе «Литературное обозрение» редакция ставила перед собой задачу познакомить читателей с интересными литературными работами и статьями культурного, научного и политического характера. В № 1 был представлен подробный анализ статьи ученого-физиолога И. М. Сеченова «Учение о не-свободе воли с практической стороны», опубликованной в журнале «Вестник Европы». Автор «Литературного обозрения» подчеркивал особый стиль Сеченова: «Простой, ясный, чуждый метафизической схоластики, язык г. Сеченова, делает его исследования доступными всем мало-мальски образованным людям и обеспечивает им большое влияние и распространение»[4]. В заключение автор резюмировал: «Мы не беремся спорить с почтенным ученым; мы побеждены логикой его доводов и рекомендуем нашим

[2] Сибирская газета. 1881. № 29.

[3] Там же. № 16.

[4] Там же. № 1.

читателям прочесть весь его этюд, иллюстрированный живыми и, на наш взгляд, неопровержимыми примерами» [5].

В «Сибирском обозрении» читатели могли найти информацию о различных исследовательских экспедициях. Так, в № 3 была опубликована новость об экспедиции на Сахалин, исследовательская задача которой заключалась «во всестороннем изучении общества в естественно-историческом и географическом отношениях, так как эта местность представляет еще непочатый угол для исследований, а между тем ознакомление с нею весьма важно в виду ссылки на Сахалин каторжных арестантов» [6].

В № 15 рассказывалось о новой экспедиции по исследованию устьев Оби, при этом перечислялись ее участники: «Во главе этой экспедиции, как сообщают теперь столичные газеты, находится полковник Моисеев, известный своими исследованиями острова Новой Земли. Членами ее состоят астроном Фус и пять морских офицеров» [7].

В разделе «Хроника» в № 26 была опубликована новость о задержавшейся гидрографической экспедиции на Обскую губу [8], в № 37 появились две новости об исследованиях: одна со ссылкой на «Правительственный Вестник» — об отчете о последнем общем собрании членов Императорского Русского географического общества, где был зачитан доклад об «экспедициях общества и самостоятельных исследованиях, предпринятых членами общества в течение лета 1881 г.» [9]; вторая содержала информацию о том, что «два брата Краузе, служащие в Берлине преподавателями в высших учебных заведениях, получили отпуск на один год для поездки в Сибирь с целью бота-

[5] Сибирская газета. 1881. № 1.

[6] Там же. № 3.

[7] Там же. № 15.

[8] Там же. № 26.

[9] Там же.

нических и геологических исследований» (со ссылкой на «National Zeitung»)[10].

Тема научного изучения Сибири с исторической и этнографической точки зрения поднималась в таких публикациях, как статья этнографа и историка князя Н. А. Кострова «Народные предания татар о Кучуме и Ермаке», приуроченная к 300-летию покорению Сибири[11], или обширное исследование «Тобольская губерния, накануне 300-летней годовщины завоевания Сибири»[12] и др.

Одним из главных авторов «Сибирской газеты» в 1881 году был путешественник и исследователь А. В. Адрианов (1854–1920). Вс. М. Крутовский так описывал его роль в «Сибирской газете»: «Адрианов взял на себя многотрудные и разносторонние обязанности заведующего корреспонденциями, сибирским отделом, секретарство и даже корректуру» [Малиновский, Фрейдин, Гавровский и др. С. 287]. Помимо выполнения этих задач, А. В. Адрианов также публиковал большие материалы, подготовленные по результатам его научных экспедиций. Так, в № 38 вышла первая часть его очерка «Путешествие на Алтай и за Саяны». Адрианов описывал, как он обратился с письмом в Императорское Русское географическое общество с просьбой устроить экспедицию в систему верхнего течения Томи и ее притоков Кондомы и Мрассы, обращая внимание на недостаточное внимание, которое уделяется изучению Сибири: «Все сведения, какие мы имеем об этой стране, доставлены учеными Щуровским, Радловым и Шварцем и миссионером Вербицким, но они недостаточны, потому что каждый из ученых был здесь мимоездом»[13]. Автор перечислял предыдущие экспедиции, которые носили характер геологический, как это было у Шуровского, желавшего «осмотреть

[10] Сибирская газета. 1881. № 26.

[11] Там же. № 2.

[12] Там же. № 18.

[13] Там же. № 38.

золотые промыслы», или же филологический: цель этой экспедиции Радлова заключалась в «собирании сказок, легенд и песен». Свой исследовательский интерес Адрианов описывал так: «Я желал посвятить исследованиям, в небольшом сравнительно районе Кузнецкого округа, целое лето, чтобы собранный мною материал, как естественно-исторический, так и этнографический, дал возможно полное представление о природе Алатау» [14].

В газетной публикации Адрианов подробно характеризовал маршрут путешествия, указывая расстояния и другие важные детали, а при описании природы использовал художественные средства выразительности: «Мягкие контуры ярко вырисовываются на лазурном фоне неба, изгибаются, повышаясь или понижаясь и теряются в безмолвной долине…» [15]. Для текста было характерно сочетание научной терминологии — к примеру, Адрианов приводил латинские наименования растений (Heracleum и Angelica), — и регионализмов, поскольку автор нередко давал разъяснения, как эти виды растений назывались у местного населения: «пучки, “палтырган”, по-татарски» [16]. От описаний природы Адрианов переходил к наблюдениям за жизнью коренных жителей Сибири («инородцев»), в частности, подробно описывал религиозную мистерию, совершаемую шаманом.

Таким образом, тема народного образования и научного изучения Сибири освещалась в «Сибирской газете» на разных уровнях и в разных жанрах. В новостных материалах фиксировались основные события в образовательной и научной сфере, такие как открытие новых учебных учреждений, организация экспедиций и др. Аналитические статьи затрагивали проблемные вопросы образования, давали читателям возможность познакомиться с направлениями научных исследований и научной литературой. Кроме этого, в художествен-

[14] Сибирская газета. 1881. № 38.

[15] Там же.

[16] Там же.

но-публицистических очерках, в литературно-критических материалах «Сибирской газеты» также отражалась тема науки, что позволяет говорить о популяризации научных знаний в исследуемом издании. Особенностью «Сибирской газеты» был региональный характер просвещения: ее авторы уделяли большое внимание вопросам именно сибирской этнографии, географии, истории. Дальнейшее исследование позволит увидеть, какое место занимали материалы просветительского характера в тематическом пространстве газеты на всем протяжении ее существования, а также определить авторов, которые работали с этой тематикой в «Сибирской газете».

Литература

Жилякова Н. В. К истории замысла газет П. И. Макушина «Томский листок» и «Томский справочный листок» // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2013. № 2 (22). С.111–117.

Жилякова Н. В. Рецепция русской классики в томской дореволюционной журналистике : монография / Н. В. Жилякова; Нац. исслед. Том. гос. ун-т. М. : Флинта, 2015. 208 с.

Малиновский И. А., Фрейдин И. Г., Гавровский И. П. и др. Город Томск. Томск : Сибирское товарищество печатного дела, 1912. URL: http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000078865 (дата обращения 25.09.2022).

Антонина Петровна Шинкарева

Иркутский государственный университет
664025, Россия, г. Иркутск, ул. Ленина, 8
✉ ant-shink@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-95-101

РОЛЬ И. И. ПОПОВА КАК РЕДАКТОРА И ИЗДАТЕЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ «ВОСТОЧНОГО ОБОЗРЕНИЯ» (1894–1906)

К разностороннему изучению газеты «Восточное обозрение» Н. М. Ядринцева, его жизни и творчества обращались многие исследователи. Но на этом фоне до последнего времени остается недостаточно рассмотренной роль Ивана Ивановича Попова как редактора-издателя «Восточного обозрения» иркутского периода. В работах историков в большей степени рассматриваются общественно-политические аспекты и влияние газеты на сибирское общество, связь с политической ссылкой, цензура.

Как отмечает д.и.н. А. А. Иванов, «имя И. И. Попова хорошо известно исследователям политической истории “царской” России: один из активных работников петербургской организации “Народной Воли”, он в 1884 г. был арестован и сослан в Западное Забайкалье, а затем, с 1894 по 1906 г., проживал в Иркутске» [Иванов, 2015. С. 22].

Остановимся на организаторских качествах журналиста и редактора, издателя И. И. Попова, которые помогли вывести из критического положения «Восточное обозрение», когда после перевода

© А. П. Шинкарева, 2022

в Иркутск тираж упал до 400 экз. в начале 1890-х. Газета испытывала не только финансовые трудности, но и отсутствие сотрудников, на что жаловался Г. Н. Потанину в 1889 г. один из временных редакторов газеты В. А. Ошурков [Гольдфарб, 1997. С. 83].

Н. М. Ядринцев издавал свою газету в Санкт-Петербурге с 1882 г., как и все столичные издания, без предварительной цензуры. Подцензурной «Восточное обозрение» станет с ноября 1885 г. по его просьбе для сохранения издания после получения третьего предупреждения [Гольдфарб, 1997. С. 67–68]. В 1885 г. выходит приложение к газете «Литературный сборник», с 1886 г. с расширенной программой — «Сибирский сборник». Это увеличило подписку, но не избавило от проблем финансовых, не позволяло платить достойные гонорары, тогда как для основных сибирских корреспондентов газеты, политических ссыльных, сотрудничество с прессой являлось важным материальным компонентом. Перевод издания в Иркутск с 1888 г. предполагал улучшение положения «Восточного обозрения», но ожидания не оправдались. После нескольких лет упадка, финансовых, кадровых и административных проблем и приостановки выхода газеты с 8 октября по 31 декабря 1890 г. Ядринцев все больше уходил от управления газетой в научные изыскания.

Временные редакторы газеты предпринимали некоторые изменения для ее улучшения, особенно В. А. Ошурков. Однако успешность и материальная, и общественно-политическая «Восточного обозрения» наступит уже после смерти Н. М. Ядринцева и под руководством И. И. Попова, возглавившего газету в 1894 г., а с 1898 г. ставшего ее собственником, издателем-редактором, выкупившим права у наследников Ядринцева. Официально утвержден издателем в 1899 г., для этого даже фиктивно записался в купеческое сословие [Попов, 1989. С. 111].

И. И. Попов стал истинным сибиряком за два десятилетия пребывания в Сибири в разных ипостасях, признав этот край своей малой родиной. Политический ссыльный, зять одного из богатейших за-

байкальских купцов, редактор газеты, организатор успешного газетного дела, общественный деятель, член географического общества (ВСОИРГО), гласный Иркутской городской думы…

Ядринцев сам предложил Попову редактирование своей газеты, поддерживаемый мнением видных представителей сибирской общественности и политической ссылки. Хорошей рекомендацией стала активная деятельность и организаторские способности ссыльного И. И. Попова в Кяхте (участие в организации краеведческого музея и общественной библиотеки, отделения Русского географического общества, участие в этнографических и археологических экспедициях, изучение истории пребывания в Забайкалье декабристов и петрашевцев, написание находящих отклики у читателей актуальных статей в разных газетах и пр.).

Н. М. Ядринцев в редакционной статье первого номера, вышедшего в Иркутске 7 января 1888 г., четко обозначил позицию своей газеты: «Вопрос взаимных отношений общества и печати, вопрос сложный, но не неразрешимый. <…> Общество не имеет права видеть в ней своего антагониста и особенно там, где эта печать всего необходимее. От печати можно требовать, чтобы она чутко отзывалась ко всему живому, мыслящему, чтобы она была безусловно честною и беспристрастною. Только при этом она поддержит свое достоинство. Но и общество не должно пенять и сетовать, если во имя той же общественной правды печать явится его судьей» [ВО, 1888. С. 2].

Но «Восточное обозрение» и сибирское общество «вблизи» не сумели понять друг друга, новый «судья» пришелся как-то не ко двору. Попов в статье к десятилетию «Восточного обозрения» отметил, порицая сибиряков, что Ядринцев, «за исключением небольшого кружка литературных работников, встретил или апатичное, индифферентное отношение, или даже враждебное» [ВО, 1898. С. 1].

Своеобразная собственная программа редактора Попова представлена 19 марта 1895 г. в передовой статье 33-го номера газеты. Прежде всего, он подчеркнул заслуги основателя «Восточного обо-

зрения», обещая читателю, что газета будет «верной первоначальному направлению, созданному Н. М. Ядринцевым, который сумел вложить в нее свою душу и сумел создать печатный орган, оказавший немалую пользу краю». Внимательное рассмотрение поставленных новым редактором задач показывает значительное расширение и углубление прежней программы «Восточного обозрения», а порой и несоответствие с позициями Ядринцева-областника, откорректированное временем. В частности, большое внимание отводится строящейся железной дороге. Также в программе наблюдается некоторое изменение собственных политических взглядов Попова, уход от идеологии народничества и приближение к программным установкам, присущим конституционным демократам [Иванов, 2015. С. 81].

Поповым обозначена главная задача — «давать возможно полную картину общественной и культурной жизни, со всеми текущими явлениями и в то же время не скрывать недугов общества и темных сторон его, имея в виду самоусовершенствование самого общества». Важно уточнение, что наряду с продолжением поддержки интересов населения и насущных нужд Сибири редактор ставит целью газеты «быть полезными как государству, так и обществу», подразумевая новые тенденции в оценке значимой роли и возможностей печати — проведение опросов по изучению общественного мнения. «Всякий законодательный и государственно-административный акт требует предварительной проработки и собирания сведений; в этом отношении печать может оказать немалые услуги» [ВО, 1895. С. 1].

В программе отмечается важность для освещения в газете вопросов, отражающих этнографический состав и разнообразие социально-экономических форм в Сибири, «вопросы административные, судебные, хозяйственные, экономические, переселенческий, инородческий, ссыльный, землеустройство, народное образование и проч.». Здесь же уточняется основной принцип редакционной политики. «В предъявлении и разработке этих вопросов и в освещении их мы будем исходить из общечеловеческого гуманитарного начала» [Там же].

Попов неоднократно отмечал особую важность иметь корреспондентов из разных мест для освещения местных фактов и происшествий, чтобы быть в центре событий. Это вошло и в программные положения и приоритеты газеты — создание корреспондентских бюро в стране и за рубежом. «Мы надеемся иметь собственных уполномоченных в более или менее крупных центрах и с этой целью предполагаем открыть редакционные отделы в Петербурге, Москве, Омске, Томске, Красноярске, Якутске, в Забайкалье и на Амуре» [Там же]. Важной для газеты была и возможность иметь корреспондентов в главнейших городах Китая, Монголии и Японии, регулярное получение сведений, касающихся торговли и иных сторон жизни этих государств. учитывая географию, тесную связь торговых и иных интересов Сибири с соседними азиатскими государствами.

Будучи своим в разных кругах сибиряков, от политической ссылки и купечества до городского общества, Попов старался расширить число потенциальных корреспондентов газеты, находя их среди всех групп сибирской общественности. В том числе и военных корреспондентов во время Русско-японской войны 1904–1905 гг. При армии на востоке было аккредитовано 102 русских и 38 иностранных корреспондентов. Среди отечественных — известные писатели, публицисты, военные. Например, для газеты Сытина «Русское слово» писали с фронта В. И. Немирович-Данченко и Н. Г. Гарин-Михайловский. Для иркутской газеты «Восточное обозрение» и московской «Русские ведомости» был аккредитован военный журналист Н. А. Немирович-Данченко, поручик запаса артиллерии (племянник В. И. Немировича-Данченко) — в этом несомненная заслуга И. И. Попова.

Популярность газете и практическую значимость для читателей добавляли регулярные публикации о работе городского самоуправления, гласных городской думы, как критические, так и «доброжелательные», направленные на улучшение жизни города.

Поняв, что газета сильна своими читателями, нашедшими в ней отражение их мыслей и чувств, той нравственной поддержкой, ко-

торую они ей оказывают, Попов сумел сделать газету авторитетом в вопросах просвещения и формирования общественного мнения в Сибири. «Союз между читателем и писателем крепнет, как крепнет и взаимное их понимание. В местном обществе пресса уже считается общественной службой и ее скромная доля участия в общественной жизни признается полезной» [ВО, 1902. С. 2].

В «Восточном обозрении» Попова печатались политические ссыльные всей Сибири: и народники, и эсеры, и социал-демократы, и либералы. При подготовке «Забытых иркутских страниц» И. И. Попова к изданию Е. Д. Петряев выявил около 700 имен авторов газеты и «Сибирских сборников».

Важные организационные изменения «Восточного обозрения» связаны с переходом на ежедневный выпуск в 1898 г. Если Ядринцев был категорически против заведения собственной типографии, боясь увязнуть в коммерческих делах и конкуренции, то для Попова типография стала возможностью выйти на новый уровень газетного дела.

В «Записках редактора» он вспоминал: «С переходом газеты на ежедневное издание перед редакцией встал вопрос — где печататься? Существующие в Иркутске типографии, за исключением типографии П. И. Макушина, фактически не могли печатать ежедневную газету. Да и макушинская типография, заваленная железнодорожными заказами, также затруднялась взять “Восточное обозрение”. <…> Создавалось безвыходное положение. Выручил мой тесть А. М. Лушников. Зная, что я не желаю быть предпринимателем и за массой редакционных дел я не могу им быть, он предложил своему старшему сыну Иннокентию и своему крестнику И. П. Казанцеву, которые оба были без дела, открыть типографию в Иркутске, и к новому году типография была оборудована. Первый номер газеты на 1900 г. вышел в этой типографии, которую публика называла типографией “Восточного обозрения”. Редакция действительно чувствовала себя в ней как в своей» [Попов, 1989. С. 110–111].

И. И. Попов видел задачу газеты в служении истине и справедливости в обществе, «нравственная физиономия» газеты должна быть ясной и определенной. Порой вызывая недовольство своих сотрудников за излишнюю «придирчивость», старался смягчать или вообще не пропускать на страницы газеты обличительные материалы личного характера, оскорбительные выпады. Это позволило быстро вернуть расположение местного общества, оценившего принципиальность и неподкупность газеты. И практическая польза несомненна — признание у администрации, а не только в обществе, позволило окрепнуть экономически, добиться расширения подписки, стать ежедневной и выходить в большом формате. Но революционная волна 1905 г. захватила и Попова, в административном порядке 26 января 1906 г. газету закрыли, редактор успел покинуть Иркутск, избегнув ареста.

Литература

Восточное обозрение. 1888. № 1.

Восточное обозрение. 1895. № 33.

Восточное обозрение. 1898. № 3.

Восточное обозрение. 1902. № 75.

Гольдфарб С. И. Газета «Восточное обозрение» (1882–1906) / С. И. Гольдфарб. Иркутск : Издательство Иркутского университета, 1997. 218 с.

Иванов А. А. «... На границе культур»: И. И. Попов в кяхтинской ссылке // Гуманитарный вектор. Серия: История, политология. 2015. № 3 (43). С. 22–28. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/na-granitse-kultur-i-i-popov-v-kyahtinskoy-ssylke (дата обращения 29.09.2022).

Иванов А. А. Я руководил сибирским общественным мнением: И. И. Попов // Известия Иркутского государственного университета. Серия: История. 2015. Т. 13. С. 74–82. URL: http://isu.ru/izvestia (дата обращения 29.09.2022).

Попов И. И. Забытые иркутские страницы. Записки редактора. Иркутск : Восточно-Сибирское книжное издательство, 1989. 384 с.

Юлия Борисовна Балашова

Санкт-Петербургский государственный университет
199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9
✉ u_balashova@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-102-105

МЕДИАКРИТИКА В ШКОЛЬНОМ ЖУРНАЛЕ НАЧАЛА XX ВЕКА

Если придерживаться тезиса о том, что элементы медиаграмотности и медиаобразования имманентно свойственны медиасистеме в виде инструмента критики, то, несомненно, такого рода взаимозависимость пропорционально возрастает в аспекте корреляции института науки/образования и журналистики. Так, в системе первых в России среднепрофессиональных учебных заведений: Благородном пансионе при Московском университете, Сухопутном шляхетном кадетском корпусе в Петербурге — издавалась подготовленная самими учениками при поддержке педагогов литературная периодика, соответственно: «Распускающийся Цветок, или Собрание разных сочинений и переводов, издаваемых питомцами учрежденного при имп. Московском университете Вольного Благородного пансиона» (М., 1787), «Трудолюбивая пчела» (СПб., 1759), «Праздное время, в пользу употребленное» (СПб., 1759–1760); два последних журнала считаются первыми российскими литературными журналами.

На всех этапах функционирования института образования учащиеся стремились к реализации творческой инициативы на пути

© Ю. Б. Балашова, 2022

создания оригинальных рукописных/печатных сборников, альманахов, журналов. По существу этот процесс оказался регламентирован только в начале XX века в контексте школьной реформы, вследствие которой утвердился тип общеобразовательной русской школы, преодолевающий дисбаланс между классическим и реальным образованием и опирающейся на неформальное (внешкольное) образование. Реформирование педагогической системы в начале века сопровождалось легализацией школьной прессы, выпуск которой в 1904 г. был разрешен Министерством просвещения. Школьная периодика была литературной и выступала в качестве официального школьного печатного органа. Педагогам было поручено осуществлять общий контроль за изданием, но в то же время оно готовилось самими учениками. Позитивный опыт находящейся на путях обновления российской школы начала прошлого века демонстрирует во многом утраченную на сегодняшний день способность средней школы выполнять конструктивную, а отнюдь не фиктивную функцию медиатора между учеником и культурой.

Школьная среда эпохи модерна проявила способность к самоорганизации и авторефлексии: действовали кружки самообразования учащихся, внедрялись проекты ученического самоуправления, а ученическая периодика выступала средством формирования межшкольного диалога [о школьной журналистике начала XX в. как системе см. монографию автора: Балашова, 2007]. В настоящем случае нас интересует вполне определенный ракурс: какое отражение на страницах литературного издания конкретного среднеучебного заведения получала пресса других школ?

Общешкольный интертекст выстраивается по преимуществу в классическом критическом жанре — обзоре. Так, в журнале пензенских гимназистов (а ученическая пресса начала XX в. получила значительное распространение не только в центральной части страны, но и в регионах) присутствует соответствующий критико-обзорный материал, который открывается постановочной зарисовкой: «В последние

два-три года в жизнь нашей средней школы заметно проникла свежая струя обновления. На школу обратили внимание, она стала выходить из “загона”, пробудилось к ней сочувствие общества, пробудилась и жизнь в ней самой. Как на первые проблески новой, разумной жизни можно смотреть на появление школьных журналов, т. е. органов непосредственно ученической мысли. Таких журналов, правда, пока ещё немного, но уже самый факт существования таковых весьма знаменателен. Нам известны например: “Кадетский Досуг” [1], журнал кадетов I-го Петербургского имени Николая I корпуса, “Отдых”, журнал “Петербургской гимназии” <…> и другие» [Журнал учеников пензенской 2-й гимназии. 1906–1907. Декабрь — июнь. № 3–8. С. 21].

Лейтмотивом данного обзора, как и рецензируемого журнала «Кадетский досуг», выступает призыв к налаживанию творческих контактов — «самое интересное в третьем номере это “Кадетская Печать”, т. е. обзор всех журналов, получаемых редакцией; <…> в этом отделе мы находим обращение редакции ко всем другим журналам с просьбой “обмениваться изданиями”. <…> Подобный обмен явится связующим звеном между широкими слоями учащейся молодёжи. <…> Дай Бог, чтобы подобные журналы росли и множились в числе, питая и укрепляя юную мысль, давая исход молодым, кипучим силам и дарованиям!» [Там же. С. 25–26, 32].

Ученическое стремление к социализации, диалогу находит выражение и в такой форме общения, как переписка. В самом конце первого выпуска журнала пензенских гимназистов, как, впрочем, и в столичном «Журнале учащихся» ([СПб.], 1908–1909), помещено

[1] Указанный журнал выходил на протяжении очень большого для ученической журналистики срока — целых восьми лет (Кадетский досуг. Год 1–8. СПб., 1905–1913); ср.: Кадетское слово. Журнал 4-го класса Николаевского кадетского корпуса. Год 1. СПб., 1906. Во Втором кадетском корпусе издавался журнал «Кадет-михайловец», а в Николаевском инженерном училище — «Журнал юнкеров Н.И.У.» (СПб., 1903) и «Сборник литературного кружка Николаевского инженерного училища» (Вып. 1–2. СПб., 1907–1909).

товарищеское «Письмо в редакцию» — своеобразное приглашение к сотрудничеству: «Мы, ученики Тенишевского училища в Петербурге, основали кружок международной переписки при ученическом журнале “Вперёд”, нами издаваемом. Нами были посланы письма в некоторые иностранные журналы и учебные заведения с просьбой — желающих переписываться сообщать свои адреса. Мы надеемся, что и среди русских товарищей-учеников наше письмо найдёт отклик. <…> по какому из следующих одиннадцати отделов желательно переписываться: 1) Школьная жизнь; 2) Литература; 3) Искусства; 4) Наука; 5) Путешествия; 6) Научные опыты; <…> 8) Коллекционирование; 9) Шахматные и математические задачи; 10) Игры, шарады, ребусы, загадки; 11) Спорт. Редакция считает долгом предуведомить желающих вести переписку, что таковая должна быть направляема через редакцию к <…> взрослым руководителям означенного ученического журнала <…>» [Журнал учеников пензенской 2-й гимназии. 1906. Октябрь — ноябрь. № 1 и 2. С. 4].

Как пишет И. В. Жилавская, «медиаобразование сегодня рассматривается и как специфическая деятельность по созданию медиапродуктов» [Жилавская, 2021. С. 21]. В этом смысле медиаобразовательные стратегии отчётливо воплощались в школьной прессе начала XX в., причём действовал механизм саморегулирования системы ученической периодики, к реализации которого — в современной трактовке — причастен такой инструмент, как медиакритика.

Литература

Балашова Ю. Б. Школьная журналистика Серебряного века / Ю. Б. Балашова. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2007. 114 с.

Жилавская И. В. Системные и институциональные трансформации российского медиаобразования / И. В. Жилавская. М. : МПГУ, 2021. 368 с.

Журнал учеников пензенской 2-й гимназии. 1906–1907. Пенза, 1906–1907. Октябрь — ноябрь. № 1 и 2. Декабрь — июнь. № 3–8.

Капиталина Валерьевна Синегубова

Кемеровский государственный университет
65000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6
✉ sinegubova@nextmail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-106-111

ОСОБЕННОСТИ СОВЕТСКОЙ КИНОЖУРНАЛИСТИКИ 1920-х ГОДОВ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «КИНО»)

Границы понятий «кинокритика» и «киножурналистика» в настоящее время еще достаточно подвижны, научные работы по киножурналистике начали появляться только в последние десятилетия, в то время как «кинокритика, предполагающая системную репрезентацию кинопроцесса в медиасфере, возникла одновременно с появлением первых фильмов» [Саенкова-Мельницкая, 2021. С. 175]. В работах Л. П. Саенковой-Мельницкой предложено достаточно четкое разделение кинокритики на аналитическую, сближающуюся с научной деятельностью, и информационно-развлекательную киножурналистику [Саенкова-Мельницкая, 2008; Саенкова, 2013]. Однако кинокритику и киножурналистику невозможно рассматривать обособленно от более масштабного явления арт-журналистики и процессов, происходящих в ней. В частности, представляет значительный интерес частотная «подмена профессионального эстетического анализа в аналитических фрагментах наиболее популярных жанров агрессивными констатирующими, оценочными высказываниями» [Цветова, 2012. С. 232]. Возможно, именно этим сближением кино-

© К. В. Синегубова, 2022

критики и киножурналистики обусловлено появление еще одного определения — «медиатексты о кино» [Тяжлов, 2016].

Тем не менее представляется, что кинокритика в ее современном понимании не могла зародиться одновременно с кинематографом, который в первые годы своего существования был технической новинкой и модным развлечением [Смеюха, 2014]. В 1920-е годы советский кинематограф обращается к новаторству и экспериментам (фильмы С. Эйзенштейна, Д. Вертова), однако установка на массовость искусства оказывает значительное влияние на формирующуюся кинокритику. В этот период возникает значительное количество периодических изданий, посвященных кинематографу: газеты «Кино», «Кино-Газета», «Кино-Неделя» и «Кино-фронт», журналы «Советский экран» и «Советское кино». Также значительное место уделяли кинематографу журналы «Новый Леф» и «Жизнь искусства». Обратившись к материалам еженедельной газеты «Кино», можно видеть, какие представления о кинематографе транслировались широкой аудитории.

Согласно пояснению в первом номере, газета «Кино» должна была «дать массовому рабочему зрителю и посетителю советского киноматериал, помогающий сознательному усвоению техники и значения экрана» (№ 1, 1925). В этом же номере обозначалась и роль кинематографа в Советском государстве: «В условиях слабой связи с деревней при нашем бездорожье и, главное, при скудности нашего государственного бюджета самым дешевым и в то же время самым надежным проводником просвещения в массы является кино» (№ 1, 1925). Государственное регулирование сферы кинематографа освещается на первой полосе газеты, публикуются соответствующие постановления оргбюро ЦК, президиума ВЦСПС и др. В первом же номере газеты «Кино» сообщается о смене правления Госкино (№ 1, 1925). Также в газете публикуются сообщения о планах кинопроизводства, причем акцент делается не на авторах фильма, а на количестве кинокартин, которые планируется произвести. Будущие фильмы

характеризуются предельно общо: большие, малые, художественные, детские учебные. Рекламная составляющая в подобных новостных материалах отсутствует.

Если говорить о том, как в газете «Кино» представлены собственно фильмы, то в основе оценки, как и во всех медиатекстах о кино в довоенный период, лежит нарративный принцип [Саенкова-Мельницкая, 2021. С. 180]. Оценивалось, в первую очередь, классово верное, актуальное содержание фильма. Приведем фрагменты анонсов из номера 7 за 1925 год. «Третья Госкино-фабрика закончила постановку двух картин: “Паук и муха”, ранее называвшейся “Враг народа”, которая рисует борьбу с самогоном в деревне, и “Морока” в постановке Иванова-Баркова и Тарича, посвященной борьбе с суеверием в деревне» («Новые поступления»), «Н. А. Захари и А. Н. Тягай закончили социально-художественный сценарий на тему о браке и проституции “Без маски”» («Новые сценарии»), «Принят сценарий Ю. Данцигера и В. Зака на тему о радио и его применении в Советской России» («Постановки Пролеткино»).

Необходимость классового подхода к кинофильмам отражается в статьях газеты «Кино». В номере 3 за 1925 опубликована статья И. Трайнина «Об искусстве без политики», инфоповодом для которой стало высказывание режиссера И. Н. Перестиани о том, что художник не нуждается в политическом руководстве. И. Трайнин доказывает обратное, приводя в пример удачные и неудачные фильмы И. Перестиани, причем критерием качества становится именно способность отразить классовые проблемы. Актерская игра и операторская работа в понимании авторов газеты «Кино» могут способствовать решению главной политико-агитационной задачи фильма. Однако если, по мнению рецензентов, сюжет фильма имеет идеологические изъяны, то рецензия не будет положительной. Особенно четко эта тенденция прослеживается в рецензиях на зарубежные фильмы, где рецензенты на фоне общего негатива могут сделать такие оговорки: «Режиссерское оформление картины можно признать удачным», «Остроумные моменты в середи-

не и конце картины даже делают ее сценарно интересной» (№ 7, 1925). Обычно после такой оговорки рецензент подводит итог, подчеркивая неприемлемость фильма для советского зрителя.

Политизированность кинематографа и агитационное содержание признаются достоинствами кинематографа. В одном из первых номеров газеты была опубликована большая статья главного редактора К. Шутко об успехах советского кинематографа. В статье есть следующее высказывание: «Наконец, в области так называемых художественных картин выправляется сознание кинематографических работников. Отодвигается в сторону усвоенное неизвестно от кого пренебрежительное отношение к агитации…». Классовые требования и социальный заказ признаются настолько важными, что режиссерская индивидуальность зачастую нивелируется. Приведем в пример интервью с режиссером «А. В. Ивановский о “Степане Халтурине”» (№ 3, 1925). Несмотря на драматичную историю создания фильма (почти отснятая картина сгорела и пришлось все снимать заново), в интервью нет эмоций, нет личного отношения. Подзаголовки в материале (Сценарий. История съемки. Метод постановки. Методы работы в кино. Работа с актерами) подчеркивают, что перед нами не разговор с творческой личностью, а сухая, деловитая и максимально эффективная передача опыта.

В отчете «Диспут о “Стачке”», опубликованном в первом номере газеты «Кино», последовательно излагается, о чем говорили докладчик, содокладчик, кто выступал в прениях, и только по заключительному слову С. Эйзенштейна становится ясно, что он автор картины. В другом материале этого же номера, где «Стачка» очень высоко оценена, режиссер просто не упоминается. В упомянутой выше статье И. Трайнина автор прямо спорит с режиссером, отрицая его право на свободное творчество. Примечательно, что И. Трайнин опирается как на авторитетный источник на мнение рабкора (рабочего корреспондента), не имеющего ни журналистского, ни киноведческого образования.

В целом, авторы газеты «Кино» готовы прислушиваться к зрителям гораздо охотнее, чем к режиссерам. Раздел «Письма в редакцию» присутствует в газете с первого же номера, иногда он располагается на первой полосе. Однако зачастую готовность идти за аудиторией оборачивается требованиям к аудитории. К примеру, материал с «кликбейтным» заголовком «Пусть учит зритель» (№ 3, 1925) строится на противопоставлении того, как «американские кинопроизводственники» стремятся угодить аудитории своими картинами, для чего проводят опросы. В то время как «мы стоим перед необходимостью не гоняться за любопытством, а, скорее, направлять его по правильному пути». Изучение запросов аудитории, таким образом, проводится не для того, чтобы удовлетворять эти запросы, а для того, чтобы формировать новые, более приемлемые в идеологическом смысле запросы. Собственно, газета «Кино», публикуя положительные рецензии на фильмы с явной агитационной составляющей, стремится внушить своим читателям запрос именно на такой кинематограф.

В газете «Кино», с одной стороны, выдвигаются требования к рабкорам, пишущим о кино: «Пора уже требовать от рабкоров не только признания картины негодной, но также выявления того, какое впечатление она производит на рабочего зрителя, заинтересовывает ли она его и чем, какие полезные, интересные приемы может заимствовать советское кинопроизводство» (№ 3, 1925). С другой стороны, в статье «О кинокритике» Е. Чернявский призывает зрителей и издания, публикующие зрительские письма, воздержаться от категоричных оценок. При этом автор ссылается на рабкоров, которые якобы прекрасно понимают, что критика должна быть конструктивной. Представляется, что подобная рассогласованность представлений о подготовке рабкоров в области кинокритики объясняется спекулятивным желанием использовать рабкоровский «vox populi» для продвижения собственной идеологии.

Итак, предельная идеологизированность медиатекстов о кино в газетном дискурсе 1920-х не позволяет говорить о подлинно ана-

литической деятельности. Подчеркнутая ориентация на широкую аудиторию, простой язык и клишированность речи не характерны для кинокритики, следовательно, в газете «Кино» в 1920-х присутствовала исключительно киножурналистика. При этом, в отличие от современной киножурналистики, в ней полностью отсутствовала развлекательная составляющая.

Литература

Саенкова Л. П. Кинокритика и киножурналистика: типология творческой деятельности // Веснік БДУ. Серыя 4: Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2013. № 1. С. 71–74.

Саенкова-Мельницкая Л. П. Особенности методологических подходов в кинокритике // Веснік БДУ. Серыя 4: Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2008. № 1. С. 66–69.

Саенкова-Мельницкая Л. П. Ценностно-оценочные принципы в кинокритике // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. Том 40. № 2. 2021. С. 175–183.

Смеюха В. В. Формирование в прессе начала XX в. культурно-рекреативных интересов жителей провинциального города (на материале ростовских газет) // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 3. С. 36–45.

Тяжлов Я. И. Актуальные формы медиатекстов, посвященных кино: жанровые и языковые тенденции // Медиалингвистика. 2016. № 2(12). С. 71–80.

Цветова Н. С. Дискурс искусства в современной российской журналистике // Вестник СПбГУ. Серия 9. Вып. 1. 2012. С. 231–238.

Егор Глебович Беляев

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ e.belyaev@g.nsu.ru

Максим Викторович Прокопьев

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ m.prokopev@g.nsu.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-112-121

МАНИФЕСТ ОСКАРА ЯНКУСА МЕЖДУ ДИСКУРСАМИ РУССКОГО И ИТАЛЬЯНСКОГО ФУТУРИЗМА

Жизнь культурного феномена русского авангарда пришлась на турбулентную и насыщенную историческими событиями эпоху (первая четверть XX в.), что обуславливает постоянную необходимость поиска новых интерпретаций и подходов к его осмыслению. Именно поэтому особенной важностью обладает обновление представлений об историко-культурном контексте различных явлений авангардного искусства; в особенности тех, которые раньше были известны мало или были изучены не столь пристально. Примером такого феномена является жизнь и творчество томского художника-футуриста Оскара

© Е. Г. Беляев, М. В. Прокопьев, 2022

Янкуса, разрозненные сведения о котором были лишь относительно недавно систематизированы и введены в научный оборот.

О жизни этого художника известно немногое. Оскар Фрицевич Янкус родился в Лиепае в 1905 году. В годы Гражданской войны в качестве беженца вместе с семьёй оказался в Томске, где проживал с 1919 по 1921 годы [Овчинникова, 2016. С. 13]. После вернулся на родину, где окончил гимназию и три курса экономико-юридического факультета в Рижском университете. После обучения занимался партийной работой как член компартии в Латвии. Впоследствии переехал в Москву, где был научным сотрудником Института мирового хозяйства и мировой политики АН СССР. В 1936 году арестован по подозрению в троцкистском заговоре, в 1937 расстрелян. Его имя было реабилитировано только в 1964 году [Там же. С. 52].

Вклад в авангардное искусство Оскар Янкус внёс именно в юношеские годы жизни в Томске, в то время являвшимся одним из главных центров культурной жизни Сибири. Наследие Оскара Янкуса на данный момент составляют 5 картин («Последний трамвай», «Голова», «Рабочий», «Улицы города», «Футуристическая композиция») и текст манифеста, в котором отражён его взгляд на авангардное искусство [Там же. С. 61].

Одним из ключевых вопросов, окружающих творчество Оскара Янкуса, является вопрос о позиционировании его творчества относительно магистральных ветвей авангарда — «русской» и «итальянской». Утверждать, что уточнение этого позиционирования не только возможно, но и необходимо, позволяет непосредственно сам текст манифеста Оскара Янкуса, в котором автор отмечает «размежевание» с русским футуризмом и обозначает частичное тяготение к футуризму итальянскому.

Язык, мышление, культура, социальные практики неразрывно связаны: в частности, «язык — это привилегированная и в определённых отношениях эксклюзивная область для /…/ выражения символического измерения» [Анолли, 2016. С. 232]. Поэтому текст

манифеста — это не только контейнер с информацией, но и также и органическая часть художественной практики своего автора, ведь текст также обладает глубокой связью с символической реальностью. Кроме того, манифест — это и инструмент коммуникации: художнику важно легитимизировать своё творчество как социально и интеллектуально насыщенный акт, обосновать теоретическую основу своего творчества, — но для кого? — для реципиента, зрителя, аудитории. При этом в ситуации авангарда особенно проявлен практический аспект: художник приводит инструкцию, конкретные действия, которые привели к созданию произведения искусства.

Поэтому, как представляется, сделать первый шаг в поисках ответа на обозначенный вопрос возможно при помощи анализа дискурсивных особенностей манифеста Оскара Янкуса, а также сопоставления этих особенностей с особенностями манифестов русских и итальянских футуристов.

В качестве метода исследования текстов использовался дискурс-анализ, под которым в широком смысле понималось исследование того, как некий коммуникативный процесс обусловлен своей формой, функциями, социально-культурными параметрами [Леонтович, 2010. С. 207], иными словами, того, как текст обусловлен контекстом, как структура и форма текста оказываются связаны из-за системы смысловых ограничений/различений и как это влияет на воздействие, которое оказывает этот текст. Отметим особую важность представления о том, что дискурс способен выходить за рамки отдельного коммуникативного события (текста) и, стыкуясь с другими дискурсами, образовывать дискурс другого порядка/качества [ван Дейк, 2013. С. 132]. Помимо этого, значимо представление о когерентности дискурса, то есть связанности дискурса логической последовательностью идей [Степанова, 2009].

Относительно дискурсивной специфики манифеста Оскара Янкуса можно отметить следующее:

1) он содержит две части: основной текст и предисловие;

2) **основной текст** «анонимен», концентрируется вокруг формулирования словаря художественного творчества. Вводятся концепты «миросозерцание», «среда», «объект», «форма», «картина», «время», «эстетика», «ощущение», «пространство» и т. д.;

3) операции с концептами описываются при помощи узкого набора лексем со значением движения, динамики: «динамизировать», «активизировать»; со значением взаимного сдвига/соединения: «синтезировать», «сопроникать», «взаимодействовать»; со значением воплощения: «реализовывать», «интенсифицировать»; иногда повторение доходит до тавтологии: например, «динамизированных динамических ощущением»;

4) внутренняя топология дискурса образуется из «словаря» введённых концептов и регулярного проговаривания различных схем организации/сопряжения этих концептов. Например: миросозерцание -> среда = совокупность взаимодействующих объектов -> среда производит идеи -> живопись как конкретизация идей;

5) **предисловие** подписано инициалами Оскара Янкуса, оно фреймирует основной текст манифеста: Янкус утверждает, что его линия в искусстве «отмежёвывается» от русского футуризма («первого поколения») и тяготеет к итальянскому (Умберто Боччони, Карло Карра, Луиджи Руссоло);

6) таким образом, **дискурсивное пространство манифеста размыкается**, поскольку для его восприятия нужно представлять, о каких внешних текстах (в широком смысле слова) авангардного искусства идёт речь;

7) отсутствует эксплицитная аргументация согласия/несогласия с другими художественными течениями, только схематично размечены «свои» и «не-свои».

Далее для сопоставления были отобраны тексты русских и итальянских авангардистов. Критериями отбора стали: 1) время (написаны до 1919 года) и 2) специфика творчества автора (написаны авангардными живописцами).

По итогам анализа и сопоставления манифестов было решено представлять их дискурсивную специфику в виде сочетания трёх дискурсов (реализация которых наиболее проявлена в ключевых концептах, структуре аргументации, фреймах, средствах выразительности и тропах): дискурса о реальности, с которой художник не согласен («что есть»); дискурса об образе желаемого будущего («что будет») и дискурса о конкретном наборе решений/инструментов, которые художник-авангардист предлагает («как этого достичь»).

Необходимо указать, что приведённые результаты — это лишь первое приближение к проблеме. Каждый манифест — это отдельный микрокосм; каждый манифест окружён не только глобальным, но и собственным уникальным контекстом. В каждой авангардной художественной практике, описанной в манифестах, насколько бы она ни уходила от более традиционных категорий искусства, можно обнаружить и метафизику, и сакральное, и миф, и ритуал. Однако нашей задачей сейчас был не глубокий анализ текстов самих по себе, а установление общих черт и закономерностей, которые бы позволили каким-либо образом соотнести их с манифестом Оскара Янкуса.

В таблицах приведены обобщающие выводы.

Дискурсивные особенности манифеста Оскара Янкуса
[Овчинникова, 2016. С. 62–64]

Что есть	Реалистическая живопись («литературщина»), которая работает исключительно с формой. Это неудачный подход, так как форма не передаёт внутренний мир, индивидуальность объекта
Что будет	«Живопись — конкретизация идей». Трансформация общества через социальную функцию искусства: произведения искусства захватывают воображение и внимание зрителей, наполняют их идеями, заключёнными в образах, и это повышает концентрацию идей в обществе, что вызывает усиленную реализацию идей

Как этого достичь	Художник своим восприятием схватывает индивидуальность и интеллектуальный мир объекта и находит способ усилить их проявление, дополнив реальную форму формами движений *(внешних и интеллектуальных)*. «Картина — не зеркало, а динамизирующий стимул прогресса, движущий элементы среды силой идей и сконцентрированных ощущений, взятых из этой же среды». «Конкретизация идей прогресса — энергизм, героизм, труд, борьба, социальный патриотизм, скорость, сила»

Дискурсивные особенности манифестов Ларионова и Малевича [Воробьёв, 2008]

	Михаил Ларионов («Лучизм», 1911 г.)	**Казимир Малевич («От кубизма и футуризма к супрематизму» («Живопись в футуризме…»), 1915 г.)**
Что есть	Господство предметности во всех стилях и направлениях (даже у футуристов)	Во всех картинах есть или «приходящие вещи», или «заключённое пространство». «Живопись — верхнее платье вещей»
Что будет	«Введение живописи в круг задач, присущих ей самой, и жизнь ее по законам чисто живописным». Стирание границы между картинной плоскостью и миром предметов. «Творчество новых форм». «Падение существующих стилей»	Сюжет перестанет убивать краску. «Краска есть то, чем живёт живописец, она есть главное». «Живописцы должны бросить сюжет и вещи, если хотят быть чистыми живописцами». «Творчество интуитивного разума»
Как этого достичь	Изображение предмета при помощи «писания» суммы отражённых лучей даёт форму, очищенную от предметности	Беспредметное творчество, живопись чистых форм

Дискурсивные особенности манифестов Боччони и Карра
[Rainey, Poggi, Wittman, 2009]

	Умберто Боччони («Пластические основания футуристической скульптуры и живописи», 1913)	**Карло Карра («Изображение звуков, шумов и запахов», 1913)**
Что есть	«Убогая одержимость оптическим иллюзионизмом/обманом». «Спектакль образов/изображений»	Живопись, которая не обращается к богатству синестетических ощущений. Также живопись, схватывающая мир в статике, а не в динамике. «Глухая» живопись, которая до XIX века была искусством тишины; не достигли успеха даже импрессионисты
Что будет	Атмосфера как разновидность материальности. Объективность художественного материала, освобождение его от «сверхценностей». Картины будут состоять не из пространства и объектов, а из зон большей или меньше плотности и интенсивности пространства	Любовь к современной жизни в её естественном динамизме, полном звуков, шумов и запахов. Тотальное изображение, которое возникает из сотрудничества всех органов чувств
Как этого достичь	«Наша задача — уничтожить четыре столетия итальянской традиции». Показать объекты в их динамическом росте («dynamic growth»).	Уничтожение интеллектуализма в живописи (безмятежное, священное, торжественное). Тишина, понятая как статика, шум, понятый как динамика.

Как этого достичь	Два измерения объекта: количественное (масса) и качественное (расширение/движение). Художественная реальность произведения искусства конструируется через пластику	Звуки, шумы и запахи, понятые как формы вибраций разной интенсивности. Использование цветов «скорости, удовольствий, карнавалов, фейерверков, кафешантанов» — цветов, которые видны/воспринимаются в движении

Таким образом, уже сопоставление в первом приближении демонстрирует, что манифест Оскара Янкуса существенно отличается от характерных представителей русского и итальянского авангарда.

В своей художественной практике Оскар Янкус в меньшей форме интересуется художественными задачами в связи с их историческим контекстом и ракурсом «духа времени», а больше заинтересован в акселерации социальных изменений («активизации среды»).

Русские авангардисты уходят от предметности и стремятся воплощать чистую живопись, итальянские авангардисты уходят от интеллектуализма и стремятся воплощать тотальную динамику, пластику, материальность. Оскар Янкус, в свою очередь, настаивает на выяснении интеллектуального мира объектов, на более наглядном его проявлении посредством достраивания дополнительных живописных форм и наделении произведения искусства сильной суггестией.

Дискурс о достижении желаемой реальности («как этого достичь») у русских и итальянских авангардистов в большей степени связан с конкретными решениями и приёмами в области формы художественного творчества, а у Оскара Янкуса — в области интеллектуального прозрения, инсайта о внутреннем мире объекта

и способах проявления этого мира через демонстрацию добавочных форм.

Дискурсивная специфика манифеста Оскара Янкуса указывает на значительное своеобразие художественной практики автора, которое не поддаётся однозначному соотнесению с магистральными течениями авангарда, а позиционирование Оскара Янкуса в контексте истории авангарда становится неочевидным и требующим более глубокого и внимательного исследования.

Это позволяет говорить о существовании научной проблемы, имеющей несколько аспектов. Среди них: 1) связь манифеста Оскара Янкуса с его живописью; 2) структура кросс-культурных связей между творчеством Оскара Янкуса и творчеством авангардистов обеих традиций, например, установление идеологических/философских заимствований и влияний, воспринятых от итальянских (прежде всего) и русских (гипотетически) футуристов; 3) выявление непосредственно региональной специфики художественной практики Оскара Янкуса.

Литература

Анолли Л. Психология культуры / Л. Анолли. Харьков : Гуманитарный Центр, 2016. 480 с.

Воробьёв И. Русский авангард. Манифесты, декларации, программные статьи (1908–1917) / И. Воробьёв. СПб. : Композитор, 2008. 256 с.

Гусаренко С. В. Когнитивно-семантические структуры дискурса: системное взаимодействие и семантическая энтропия / С. В. Гусаренко. М. : ФЛИНТА, 2021. 356 с.

Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т. А. ван Дейк. М. : УРСС, 2013. 340 с.

Леонтович О. А. Методы коммуникативных исследований / О. А. Леонтович. М. : Гнозис, 2011. 224 с.

Овчинникова Л. В. Футурист Оскар Янкус: к истории авангарда в Сибири / Л. В. Овчинникова. Новосибирск, 2016. 72 с.

Степанова М. И. Когезия и когерентность как основополагающие характеристики публицистического дискурса // Вестник СамГУ. 2009. № 73. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kogeziya-i-kogerentnost-kak-osnovopolagayuschie-harakteristiki-publitsisticheskogo-diskursa (дата обращения 01.11.2022).

Rainey L., Poggi C., Wittman L. Futurism: an anthology. London : Yale University Press, 2009. 624 p.

Екатерина Сергеевна Беглякова

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ e.beglyakova@g.nsu.ru

Максим Викторович Прокопьев

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ m.prokopev@g.nsu.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-122-127

ГРАФИЧЕСКИЕ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА КАК СПОСОБ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛА «НАСТОЯЩЕЕ» (1928–1930)

Несмотря на бурное развитие рынка, техник и технологий печати и повсеместное использование фотографий в качестве иллюстраций, журнальная графика в начале XX века всё ещё оставалась значимой и широко употребляемой. С появлением новых способов передачи изображения на печати смысловое значение графики тоже менялось.

Сатирические литературно-художественные журналы в 20-е годы XX века в СССР приобрели особое значение в контексте развития

© Е. С. Беглякова, М. В. Прокопьев, 2022

идей пролетарской культуры, литературы факта. Теоретик пролеткульта, А. Богданов, определял культуру как динамичную систему элементов сознания, которая способна управлять социальной практикой, и признавал роль искусства не просто в отражении, а в формировании действительности. Новому советскому искусству необходимо было не просто передать жизнь и наставлять, оно было призвано стать частью социально-культурного процесса и оказывать на него непосредственное влияние.

Значимы для журналистики в конце 20-х годов XX века были и идеи «литературы факта». С. Третьяков в работе над «Новым ЛЕФом» отмечал, что «факт» не является свидетельством законченного процесса, он акционален и вовлечён в происходящее в моменте, и задача искусства — оставаться вовлечённым в это действие и следовать за ним, не искажая и не приукрашивая.

Этим идеям, формировавшим культурное пространство конца 20-х годов XX века, следовало и «Настоящее» — литературно-художественный журнал, выходивший в Новосибирске с 1928 по 1930 год. В рамках идеи передачи живой действительности создавались не только тексты журнала, но и иллюстрации.

Степан Липин, один из ведущих художников «Настоящего», определял задачу иллюстраций (и отдельно графики) журнала следующим образом: «задача искусства — передать жизнь короткими и ясными словами, линиями, пятнами»; «сказать многое, затратив на это минимум средств». По мнению коллектива художников журнала, этим задачам в первую очередь отвечала графика, как инструмент, способный эффективно воздействовать на читателя набором простых приёмов.

Иллюстрации составляли значительную часть материалов «Настоящего» и выступали не просто как дополнение к текстам, а как самостоятельные материалы.

Корпус иллюстраций «Настоящего» состоит преимущественно из графики, в более поздних номерах используются также фотогра-

фии и коллажи. Графика представлена в основном рисунком, используются также ксилография (гравюра на дереве) и линогравюра (гравюра на линолеуме).

Проанализировав иллюстрации журнала, мы пришли к выводу, что весь набор способов воздействия на читателя посредством изображения можно разделить на две категории:

1. Воздействие через форму изображения.

2. Воздействие через содержание.

Рассмотрим, какими приёмами работы с формой достигается воздействие на читателя.

Во-первых, форма может выступать в качестве способа передать динамику и расставить акценты. Это приём воздействия, используемый художниками «Настоящего» в первую очередь в бытовых, жанровых зарисовках из повседневной жизни: сцены на производстве, моменты городской и деревенской повседневной жизни. Рассмотрим исполнение на примере иллюстрации «Ремонт пути».

Перечислим приёмы, которые использует художник, чтобы передать живой, запечатлённый момент:

– линия горизонта разбивает иллюстрацию так, что на пространство с людьми приходится где-то 4/5;

– две фигуры в центре обращают на себя внимание за счёт динамичных поз; если провести направляющие линии по основным опорным точкам, они устремлены в одном направлении: в точку, где чинят путь, где совершается основное действие;

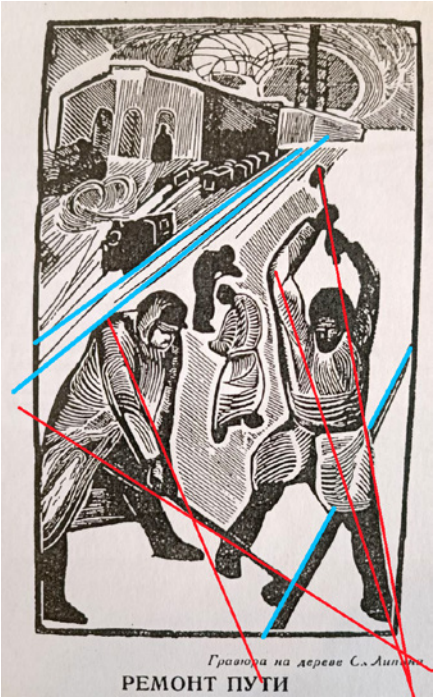
– две фигуры в центре значительно крупнее здания и поезда, даже с учётом того, что прочие объекты и так находятся на заднем плане: искажение пропорций позволяет сделать акцент на людях и действиях;

– дополнительные линии (рельсы, штриховка) создают ощущение объёмного пространства, которое уходит вдаль.

Таким образом, для передачи идеи используется ряд инструментов создания формы: точка, линия, штриховка, перспектива, цвет. Именно такое их использование позволяет определить иллюстрацию как

передающую художественную идею «Настоящего», и это отличает иллюстрацию в русле «литературы факта» от обычной бытовой зарисовки.

Во-вторых, форма может непосредственно взаимодействовать с содержанием, усиливая смысловой компонент. От предыдущего примера данный случай отличается тем, что основная передача смысла лежит на содержании, а форма является вспомогательным инструментом, тогда как в случае с предыдущей рассмотренной иллюстрацией именно форма создания расставляет смысловые акценты.



«Ремонт пути»

Описываемый нами способ взаимодействия формы и содержания используется в первую очередь в сатирических иллюстрациях журнала (которые при этом могут оставаться довольно абстрактными) и проявляется следующим образом:

– гипертрофированные формы, искажение и упрощение пропорций, деталей для того, чтобы подчеркнуть, на что именно нужно обратить внимание;

– обозначение линий и границ для акцента;

– цвет для подчёркивания либо ключевого объекта, либо разделения двух смысловых компонентов.

Если говорить о воздействии на читателя «Настоящего» через содержание иллюстраций, его также можно разделить на две категории.

Во-первых, в изображение закладывается передача типичных социальных проблем эпохи (движение в русле общей идеологии): классовая борьба, социальные конфликты, противоречия между деятельностью и идеологией.

Во-вторых, «Настоящее» использует иллюстрации как площадку для донесения собственной идеологии и предпочтений, попутно конструируя образ того, каким должен быть читатель журнала: это хорошо видно на примере высмеивания в иллюстрациях «порицаемой» авторами журнала литературы, противоречащей идее «литературы факта» и бесполезной для советского читателя (так, в оформлении «литературного» выпуска журнала использовано название романа С. Малашкина «Луна с правой стороны, или Необыкновенная любовь», местных чиновников). Именно данный аспект деятельности «Настоящего», а также достаточно активная гражданская позиция, привели к тому, что в конце 1929 года журнал попал под цензуру, был закрыт, а часть коллектива авторов была репрессирована.

Таким образом, «Настоящее» использует набор определённых приёмов графики (в том числе свойственных для авангардного искусства) для передачи идеи «литературы факта» в иллюстрациях: использование цветовых пятен, необычная перспектива, направляющие линии, разный уровень детализации, ограничение пространства линиями.

Для усиления содержания, в основном сатирического, журнал использует как упомянутые выше графические методы, так и традиционные средства создания карикатуры (гипертрофированные и искажённые пропорции, упрощённые формы).

«Настоящее» использует элементы содержания, чтобы донести до читателя свою идеологическую позицию средствами, составляющими окружение читателя, что дополнительно подчёркивает идею «литературы факта» (использовать происходящее сейчас, в моменте).

Литература

От художников «Настоящего» // Настоящее, № 6–7, 1928.

Богданов А. А. О пролетарской культуре. 1904–1924.

Капинос Е. В. «Литература» и «факт» в новосибирском журнале «Настоящее» (1928–1930) // Сюжетология и сюжетография. 2016. № 2. С. 138–165.

Кулка И. Психология искусства / И. Кулка. Харьков : Гуманитарный Центр, 2019. 558 с.

Липин С. «Футуристы ли мы?» / Настоящее, № 4–5, 1928.

Розин Д. О рисунках «Настоящего» // Сибирские огни. № 1. 1929.

Силантьев И. В., Шатин Ю. В. «Настоящее»: неудавшийся опыт сибирского авангарда // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2018. 17(6). С. 32–39.

Владимир Иванович Куликович

Белорусский государственный технологический университет
220050, Республика Беларусь, г. Минск, ул. Свердлова 13а, к. 109/4
✉ nino-1924@mail.ru

Николай Александрович Подольский

Белорусский государственный технологический университет
220050, Республика Беларусь, г. Минск, ул. Свердлова 13а, к. 109/4
✉ kolyapodolsky@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-128-132

СЕРИЯ КНИГ «ПАМЯТЬ»: ОТ ИДЕИ ДО ВОПЛОЩЕНИЯ

Введение

В Республике Беларусь 2022 год объявлен Президентом А. Г. Лукашенко Годом исторической памяти. Это было сделано в целях формирования объективного отношения общества к историческому прошлому, сохранения и укрепления единства белорусского народа [Указ № 1 от 1 января 2022 г. Об объявлении 2022 года Годом исторической памяти, 2022].

Одним из самых важных издательских проектов, затрагивающих историческое прошлое Беларуси, является серийное издание историко-документальных хроник городов и районов Беларуси «Память». Серия состоит из изданий о 118 районах страны. Отдель-

© В. И. Куликович, Н. А. Подольский, 2022

ным районам посвящено не одно, а несколько выпусков в зависимости от объема собранной информации. Цель проекта — рассказать об истории всех регионов Беларуси, их археологии, историко-политическом и культурном развитии, известных людях. Но основная задача книг — раскрыть массовый героизм советских людей в годы Великой Отечественной войны. На страницах издания приведены сотни тысяч имен тех, кто стал жертвой германской агрессии. Эти данные послужили основой для поиска информации о погибших и пропавших без вести во время войны на территории каждого региона [Подольский, 2019. С. 740].

В положительном ключе о серии отзываются чиновники самого высокого уровня. Министр информации (в 2003–2009 гг.) Владимир Русакевич (в интервью 28.04.2005) высказал мнение, что данный издательский проект — «самая значительная за послевоенный период культурно-политическая акция по освещению наиболее важных исторических событий на территории нашей страны и персональному увековечению их участников как в военной области, так и в области созидательного труда, развития экономики, науки, культуры, литературы и искусства» [Никто не забыт, ничто не забыто, 2019].

Кроме этого, данная серия мало исследована в книговедческой науке. Следовательно, важность изучения книг «Память» в такой год не вызывает сомнения.

Цель работы — установить основные этапы, обусловившие появление серии книг «Память» на территории Республики Беларусь.

Основная часть

Идея издания книг «Память» принадлежит П. М. Машерову. Первый секретарь ЦК КПБ придавал большое значение увековечению памяти о Великой Отечественной войне в БССР. 18 января 1966 года была создана республиканская комиссия, которой по подписанному Машеровым постановлению Бюро ЦК КПБ вменялось в обязанность координация работы по исследованию и увековечению наиболее

значительных фактов героизма советских людей в годы борьбы с немецко-фашистскими захватчиками [Стрелец, 2019]. Петр Миронович взял работу комиссии под личный контроль. Он требовал от ее председателя и членов основательной предварительной работы, скрупулезного анализа всех имевшихся фактов. Именно он предложил издательству «Белорусская энциклопедия имени П. Бровки» (БелЭн) разработать серию книг, чтобы показать вклад каждого района Беларуси в Великую Победу. Соответственно, концепция серийного издания энциклопедического характера историко-документальных хроник районов и городов Беларуси «Память» принадлежит издательству БелЭн. Реализация этого социально значимого общественного проекта началась в 1985 г. и продолжается по нынешнее время (первая книга «Память. Шумилинский район» вышла в издательстве в 1985 году).

Первоначально выпуском книг «Память» занималось только издательство «Белорусская энциклопедия», где была создана специальная редакция историко-документальной хроники памяти. 27 мая 1991 года в БССР вышло специальное Постановление Совета Министров № 203 «Об издании книг памяти в республике» [1991]. В соответствии с этим постановлением, в августе того же года при Госкомитете по печати был создан Организационно-методический центр по изданию историко-документальной хроники памяти. Данное постановление было принято в связи с тем, что работа над книжной серией шла очень медленно (одна книга в год), так как местные органы власти в ряде случаев не проявляли должного старания и необходимой активности по сбору материалов.

В издании серии книг «Память» с 1985 по 2015 гг. были задействованы одиннадцать крупных государственных издательств Беларуси. Количество книг, выпущенных каждым издательством, представлено в таблице. Кроме этого, идет работа и над электронными версиями серии книг. Например, такая версия книги «Память. Осиповичский район» опубликована на сайте http://pamyat-osipovichi.by.

Издательства, выпускавшие серию книг «Память»

Издательство	Количество выпущенных книг
Белорусская Энциклопедия имени Петруся Бровки	41
Ураджай	10
БелТА	48
Мастацкая літаратура	7
Вышэйшая школа	17
Белорусская наука	6
ИД Победа	1
Полымя	2
Университетское	5
Поліграфафармленне	10
Беларусь	13
Всего	160

Заключение

Таким образом, на создание печатных версий серии книг «Память» для всех районов и крупных городов в Беларуси (от идеи до воплощения) понадобилось почти 50 лет — с 1966 по 2015 гг. Эта работа была проделана в три этапа. Первый — подготовительный (1966–1985). Второй (1985–1991) связан с деятельностью БелСЭ, третий (1991–2015) — после развала Советского Союза и активизации издательской деятельности в Республике Беларусь.

Основная цель проекта — увековечить память воинов, погибших за Родину. Назначение исследуемой серии книг — служить источником самой разнообразной информации об историческом прошлом и настоящем белорусского народа, передавать из поколения в поколение информацию о самоотверженном подвиге белорусского народа в годы самой страшной войны XX века. Сегодня делаются новые открытия, а значит, работа над этой серией будет продолжена.

Литература

Никто не забыт, ничто не забыто // Sb.by : портал белорусской общественно-политической газеты СБ. Беларусь сегодня. URL: https://www.sb.by/articles/nikto-ne-zabyt-nichto-ne-zabyto-9191.html (дата обращения 11.10.2022).

Подольский Н. А. Хронология издания серии книг «Память» в Республике Беларусь // 70-я научно-техническая конференция учащихся, студентов и магистрантов, 15–20 апреля 2019 г. : сборник научных работ: в 4 ч. Ч. 3. Минск : БГТУ, 2019. С. 740–743.

Постановление Совета Министров № 203 «Об издании книг памяти в республике» // Belzakon.net : кодексы, законы и законодательные документы Республики Беларусь. URL: https://belzakon.net/Законодательство/Постановление_Совета_Министров_РБ/1994/96763 (дата обращения 12.10.2022).

Стрелец М. Пётр Машеров: портрет на фоне брежневской эпохи // Zviazda.by : портал издательского дома «Звезда». URL: https://zviazda.by/ru/news/20190930/1569851557-pyotr-masherov-portret-na-fone-brezhnevskoy-epohi (дата обращения 12.10.2022).

Указ № 1 от 1 января 2022 г. Об объявлении 2022 года Годом исторической памяти // President.gov.by : официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. URL: https://president.gov.by/ru/documents/ukaz-no-1-ot-1-yanvarya-2022-g (дата обращения 10.10.2022).

Мария Сергеевна Берендеева

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ maria.berendeeva@gmail.com

Цинь Мэн

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ 1187567091@qq.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-133-137

СЦЕНАРИЙ ТРУДА В СТРУКТУРЕ КОНЦЕПТОВ ТРУД/劳动 НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ 1940–1970 ГОДОВ

Концепт ТРУД является общечеловеческой константой культуры и объединяет представления об одной из важнейших сфер деятельности, поэтому любые значимые изменения внешней ситуации — экономического, социального или культурно-исторического характера — отражаются в его структуре и способствуют формированию новых блоков содержания концепта и новых когнитивных признаков. Несмотря на существование в русистике ряда работ, посвященных лексической репрезентации концепта ТРУД в различных дискурсах

© М. С. Берендеева, Ц. Мэн, 2022

(например, комплексный лингвистический анализ концепта ТРУД на материале лексикографических источников и паремий [Токарев, 2003], анализ концепта ТРУД на материале паремий, текстов русских исторических и лирических песен, афоризмов [Гоннова, 2003], описание концепта ТРУД как объекта идеологизации на материале газеты «Магнитогорский рабочий» [Чернова, 2004] и др.), практически не исследованными остаются вопросы о трансформации сценарной части концепта ТРУД под влиянием исторических факторов, связанных с идеологизацией и формированием определенного общественного мнения через средства массовой информации, и о способах лексической репрезентации сценария труда в публицистическом дискурсе.

В рамках данного исследования мы обратились к публицистике 1940–1970 гг., так как для этого периода характерна высокая степень влияния идеологического фактора на формирование лингвокультурных концептов, кроме того, для выявления уникальных характеристик русского концепта ТРУД мы привлекли элементы сопоставления русского материала с китайским, так как для русской и китайской картин мира того времени были характерны сходные векторы идеологизации.

Целью исследования является моделирование сценарной составляющей концептов ТРУД/劳动 на материале русских и китайских публицистических контекстов 1940–1970 гг. Материалом послужила выборка из 500 русских и 500 китайских контекстов, полученных из публицистических подкорпусов «Национального корпуса русского языка» и «Национального корпуса китайского языка ВСС». К работе привлекались методы контекстного анализа, семантического и семного анализа лексем-репрезентантов концептов, а также обобщающий метод концептуального анализа.

Под сценарием мы понимаем «стереотипные эпизоды с признаком движения, развития» [Попова, 2007. С. 84], то есть концепт или фрагмент концепта, структурирующий представление о действии с разви-

тием во времени. Концепт ТРУД является сложной ментальной единицей, обобщающей представления различного характера и включающий в том числе представления о процессе работы с участниками, особенностями протекания и результатом.

Анализ контекстов показал, что в транслируемой средствами СМИ (газеты и журналы «Правда», «Известия», «Наука и жизнь», «Вечерняя Москва», «Советское искусство», «Советская Россия», «Знамя коммунизма», «Вперед», «Техника — молодежи» и другие издания, контексты из которых включены в «Национальный корпус русского языка», а также китайская газета «Жэньминь жибао», тексты из которой составили выборку из «Национального корпуса русского языка ВСС») картине мира 1940–1970 гг. наиболее актуальны следующие блоки структуры концепта ТРУД: ‘субъект труда’, ‘характеристики труда’, ‘отношение к труду’, ‘результат труда’, ‘процесс труда’, ‘адресат труда’, ‘объект труда’. В совокупности выделенные структурные блоки формируют следующий сценарий: труд понимается как протекающий во времени процесс с определенными характеристиками (интенсивность, самопожертвование субъекта), имеющий субъекта (коллективный образ трудящихся), объект (материалы, средства и орудия труда), нацеленный на определенный результат (победа социализма и коммунизма) для адресата, получающего преимущества от выполнения труда (страна, общество). Идеологизированный характер такой структурной схемы показывают некоторые когнитивные признаки, характеризующие процесс труда (‘труд как борьба с капитализмом’, ‘необходимость самопожертвования’ и т. п.), а также вхождение в нее элемента ‘адресат труда’, не отмеченного в толкованиях общеязыковых репрезентантов концептов ТРУД/劳动 и приобретающего в текстах СМИ отмеченного периода последовательные способы выражения (*на/во благо народа/Родины*, 为人民劳动 ‘работать для народа’, 为国家劳动 ‘работать для страны’).

Отметим некоторые уникальные особенности каждого из блоков русского концепта ТРУД, выявленные на фоне китайского 劳动:

1. ‘Субъект труда’. В обеих картинах мира субъектом труда является коллектив (*все общество*, *вся страна*, *коллектив трудящихся*, *коллектив завода* и т. п.), но в русской картине мира субъект не детализирован, в то время как в китайских контекстах частотным является упоминание женщины как элемента коллектива трудящихся, а также вхождение в этот коллектив государственных служащих.

2. ‘Характеристики труда’. В русских контекстах процесс труда связан преимущественно с умственным трудом, в то время как в китайской публицистике формируется оппозиция «умственный/городской труд — физический/сельский труд».

3. ‘Отношение к труду’. Данный элемент в русских текстах представлен когнитивным признаком ‘героизм трудящихся, самоотверженность в труде’, а в китайских — признаком ‘добровольность труда’.

4. ‘Результат труда’. В русских контекстах чаще вербализуется представление о результате для страны (*победа социализма*), а в китайских — о результате для и страны, и для самого трудящегося (*слава*, *почет* и *уважение в социалистическом обществе*).

5. ‘Процесс труда’. Данный блок представлен сходным образом в двух картинах мира: труд понимается через метафору борьбы, причем сам сценарий борьбы выглядит редуцированным (обозначены противники — *социализм* и *капитализм* — и единственный вариант возможного завершения противостояния — *победа социализма*).

6. ‘Адресат труда’. Данный блок представляет собой уникальный идеологизированный элемент сценария и обобщает представления об условном «бенефицианте», то есть адресате труда, который в отдаленной перспективе получит положительный результат от текущего процесса труда (*страна*, *социалистическое общество*).

7. ‘Объект труда’. И в китайской, и в русской картинах мира этот блок является наименее детализированным и включает представле-

ния о технических возможностях и о достижениях науки, способствующих получению результата.

Таким образом, концепты ТРУД/劳动 в картине мира, транслируемой через СМИ 1940–1970 гг., имеют сходную структуру, включающую ряд блоков, которые образуют сложный условный сценарий идеологической борьбы с капитализмом. Особенностью русского концепта является большая значимость героического отношения субъекта к процессу труда, сопряженного с самоотречением, а также большая условность коллективного образа трудящихся. Дальнейшие исследования в этой области могут быть связаны с выявлением факторов структурной динамики и с рассмотрением структуры концепта ТРУД на основе текстов различных дискурсов и разного времени.

Литература

Гоннова Т.В. Социокультурные характеристики концепта «труд» в русском языковом сознании. Автореф. дис. …канд. филол. наук. Волгоград, 2003. 19 с.

НКРЯ — Национальный корпус русского языка. URL: www.ruscorpora.ru (дата обращения 10.02.2021).

Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И. А. Стернин. М. : АСТ, «Восток-Запад», 2007. 314 с.

Токарев Г.В. Теоретические проблемы вербализации концепта «труд» в русском языке. Автореф. дис. … д-ра филол. наук. Волгоград, 2003. 46 с.

Чернова О.Е. Концепт «труд» как объект идеологизации. Автореф. дис. … канд. филол. наук. Екатеринбург, 2004. 19 с.

*BCC*语料库 (Корпус китайского языка BCC). URL: http://bcc.blcu.edu.cn/ (дата обращения 15.01.2022).

Елена Вениаминовна Евдокимова

Новосибирский государственный педагогический университет
630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
✉ evelven@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-138-142

МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДЕТСКИХ И МОЛОДЕЖНЫХ ИЗДАНИЙ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ В 1990-х — НАЧАЛЕ 2000-х гг.

Перемены в общественной жизни нашей страны в конце 1980-х — начале 1990 годов вызвали существенные изменения в системе средств массовой информации, выразившиеся в появлении новых видов как центральных, так и региональных газет и журналов. Особое место среди массива общественно-политических, деловых, рекреативных изданий занимала детская и молодежная периодика. Примечательно, что инициатива создания школьной газеты во многих образовательных учреждениях принадлежала не педагогам, а школьникам, у которых стремление к самовыражению, желание принимать активное участие в общественной жизни могло быть реализовано с помощью создания своего журнала или газеты.

Вовлечение детской и молодежной аудитории Новосибирской области в медиаобразовательную деятельность в 1990-х — начале 2000-х годов происходило разными способами.

© Е. В. Евдокимова, 2022

1. Появление в районных изданиях страничек для детей и молодежи

Начало юнкоровской деятельности в Новосибирской области связано с появлением в 1990-х годах детских страничек в районных изданиях: «Родничок» («Мошковская новь»), «Пока молодой» («Трудовая жизнь», Куйбышев), «Вираж» («Наши новости», Болотное), «Точка зрения» («Коченевские вести»), «Информал плюс» («Искитимская газета»), «Трудный возраст («Краснозерская новь»)» и др., где обсуждались актуальные для молодежи рейтинговые темы: криминал, учеба в средних специальных и высших учебных заведениях, досуг, способы заработать, межличностные отношения.

2. Переход «страничек» в самостоятельные районные печатные издания

Часть детских страничек переходила на новый этап развития, преобразовавшись в самостоятельные печатные издания. Например, детская газета «Крылья» возникла на основе страницы «Перышки», выходившей при «Ордынской газете» в «Уголке юнкора», молодежная газета «Сталкер» — на основе страницы «Проба сил» в районной газете «Маяк Кулунды». Примечательно, что деятельность юнкоров не ограничивалась «их» изданиями, а продолжалась при подготовке публикаций для городских газет.

3. Создание городских детских изданий

Согласно классификации Ж. Гонне, в 1990-е годы в медийном поле Новосибирска появляются газеты, созданные детьми при поддержке взрослых, и издания, возникшие по воле подростков [Гонне, 2000]. Общероссийская центральная «Юношеская газета», которая издавалась агентством «Юнпресс» в 1991–2002 годы, дала старт изданиям, ставшим сразу необычайно популярным среди молодежной аудитории: новосибирской газете «РОСТ», вышедшей в 1992 году, и газете «ПикНик» («Прогресс и компания надежных, инициативных корреспондентов»), появившейся в 1995 году в Бердске. Политика новых изданий была направлена на оказание помощи подросткам понять

себя, оценить свои возможности и способности, уметь защищать собственные интересы, на выработку у молодежи лидерских качеств и гражданской позиции. В популярных среди молодежи газетах, кроме материалов позитивной направленности (зарисовок о школе, друзьях, юморесок), находилось место и для статей научно-познавательного характера, и для публикаций, основой которых было обсуждение острых, «недетских» проблем, связанных с насилием в семье, криминалом, буллингом.

4. Создание школьных газет и журналов

Первая школьная многотиражная газета «Ярило» появилась в Новосибирске в 1991 году, издавалась на базе средней школы № 42 (ныне гимназия № 1). Затем старт продолжили газеты школы № 54 «Белый медведь», «Горностай» (гимназия № 6), «Автограф» (гимназия № 7)» «Школьный корабль» (школа № 65), «Бригантина» (гимназия № 13) и др. Интересен опыт создания межшкольной газеты «Наша», участие в которой принимали ученики школ № 132, 92 и 15. Контент школьных изданий состоял как из материалов журналистских жанров: отчетов, репортажей, интервью, зарисовок, так и литературного творчества школьников: стихов и рассказов. В публикациях юные корреспонденты писали о ярких школьных событиях, обсуждали проблемы, связанные с общением в семье и в школе, с предстоящими экзаменами, выбором профессии. Значительное место в газетах занимали критические публикации, касающиеся организации учебного процесса, взаимоотношений учеников и учителей, что подтверждается рядом исследователей, например, С. В. Лебедевой [Лебедева, 2018]. Основная исследовательская задача, связанная с анализом подобных изданий, заключается в объеме эмпирической базы, поиске источников: номера газет не пополняли фонды библиотек города, часть их находится в школьных музеях и частных коллекциях.

5. Городские и районные школы журналистики

Обучение юных корреспондентов шло в созданных профильных центрах, например, в Новосибирской школе юных журналистов

под руководством А. Сокова, по программе которой обучались юнкоры районов Новосибирской области. Начинающим журналистам давались необходимые сведения по истории российской журналистики, организации системы средств массовой информации, о методике работы над созданием журналистского материала, системе жанров, технологии производства и оформления газеты, фотожурналистике.

6. Проведение городского и областного конкурсов

Управлением образования мэрии Новосибирска и Новосибирским городским центром творчества учащихся «Юниор» с 1997 года проводится городской конкурс детских и юношеских СМИ. Среди задач конкурса — создание условий для раскрытия творческого потенциала детских пресс-центров различных видов и типов образовательных учреждений Новосибирска, активизация их деятельности и развитие взаимных творческих связей. Значимым этапом профессионального медиаобразования для части юнкоров стал областной конкурс «Журналина», в котором принимали участие школьники старших классов школ муниципальных районов и городских округов области (кроме города Новосибирска), а также творческие коллективы (редакции газет, школьные пресс-центры, объединения юнкоров), работающие с юными корреспондентами. Для участия в конкурсе нужно было отправить материалы, опубликованные в печатных СМИ, и подборки газет, издаваемых творческими объединениями. Материалы победителей конкурса публиковали в газете «Советская Сибирь».

7. Городские и школьные газеты — площадки для подготовки абитуриентов на факультеты журналистики

Значительная часть юнкоров, пишущих в городские, районные и школьные издания, рассматривала свою деятельность как первую ступень в подготовке себя к будущей профессии. Редакции молодежных городских и районных газет организовывали специальные занятия по обучению юнкоров азам журналистского труда, проводили мастер-классы с приглашением новосибирских журналистов, конкурсы на лучшие публикации. С конца 1990-х годов абитуриенты, получив-

шие основы профессии в подобных объединениях, становились студентами гуманитарных факультетов новосибирских университетов.

Таким образом, медиаобразовательная деятельность школьников Новосибирской области в 1990-е — 2000-е годы, направленная, в первую очередь, на социализацию подростков, формирование активной гражданской позиции, была реализована в разных формах: от публикаций школьников на специальных страничках в районных газетах до создания юнкорами собственных изданий. Городские, районные детские и молодежные газеты, видоизменяясь в соответствии с требованием времени, становились профессиональным стартом для части юных корреспондентов, готовых продолжить обучение на факультетах журналистики.

Литература

Гонне Ж. Школьные и лицейские газеты / пер. с фр.; общ. ред. и вст. ст. А. В. Шарикова. М. : ЮНПРЕСС, 2000. 200 с. URL: https://textarchive.ru/c-2726761.html (дата обращения 09.10.2022).

Лебедева С. В. Проблемы развития школьных медиа: концепция и основные цели // Знак. Проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4 (30). С. 23–27. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-shkolnyh-media-kontseptsiya-i-osnovnye-tseli (дата обращения 09.10.2022).

Юрий Александрович Пустовойт

Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС
630102, Россия, г. Новосибирск, ул. Нижегородская, 6
Национальный исследовательский
Томский государственный университет
634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 34
✉ pustovoit1963@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-143-149

ЛИЧНОСТИ, РОЛИ, АКТЕРЫ: ОСОБЕННОСТИ БОРЬБЫ ЗА ГОРОДСКОЙ ЭЛЕКТОРАТ В ГОРОДАХ СИБИРИ В 1994–2020 гг. (АНАЛИЗ КОНТРАСТНЫХ СЛУЧАЕВ)

Адекватный анализ и понимание социальных и политических процессов, происходящих в современной России, невозможен без ретроспективного обращения к опыту прошлого, к 90-м годам XX века, времени, когда только происходило становление новых властных институтов, элитных коалиций, формальных и неформальных правил политического взаимодействия. Возникшие способы разрешения конфликтов и нахождения балансов интересов групп позже были закреплены в официальных документах, что во многом определило формирование авторитарного институционального дизайна. Подчинение локальных властных структур интересам федеральных, начавшееся в «нулевые», проходило различными путями и включало, в первую очередь, бюрократические и партийные механизмы, но

© Ю. А. Пустовойт, 2022

в любом случае на местах, в городах уже действовали и укрепились местные лидеры со своими интересами и программами. Как происходило их становление? Какие идеологические проекты (мобилизационные повестки) ими предлагались для электората? Почему в одних случаях неформальные договоренности (городской режим), скорее, предполагают более конкурентные комплексы правил и норм взаимодействия (координацию), а в других — конкуренции нет (контроль).

Принципы, категориальный аппарат исследования и гипотезы сформулированы на основе текстов и работ Р. Коллинза (2002, 2004), В. Вахштайна (2022), В. Ледяева (2012), Н. Розова (2011). Эмпирической базой являются исследования властных групп и их оппонентов в сибирских городах на основе анализа избирательных кампаний, наблюдений, интервью и бесед с политиками, администраторами и активистами, проводимые с 2000 г. Предложенный к обсуждению материал в основном опирается на анализ наиболее ярких и конфликтных избирательных кампаний выбора мэров города и депутатов законодательных собраний Новосибирска и Новокузнецка в начале 90-х, «нулевых» и «после крымских событий» 2014 г. Случаи городов выбраны как контрастные, где первый — миллионник и один из самых благополучных в Сибири городов, выборы в котором не гарантируют победного результата «партии власти» (режим координации), а второй — крупный город, не имеющий статуса региональной столицы, центр добычи угля и металлургии, где выборы целиком подконтрольны интересам доминирующей коалиции (режим контроля).

Электоральная борьба ведется на трех аренах: официальной, символической и уличной. Полагаем, что наиболее важной для электоральной борьбы является символическая арена, где претендующие на власть субъекты стремятся привлечь внимание широкой аудитории к тому комплексу вопросов, которые они считают наиболее важными для сообщества, причем характер и острота высказываний определяются некоторым комплексом неформальных норм и правил. Этот комплекс публичных печатных и аудиовизуальных высказыва-

ний, содержащий аргументированный перечень актуальных проблем и способов их разрешения, имеющий целью установление контроля политического сообщества над значимыми ресурсами (бюджетом, назначениями, доступом к СМИ), мы обозначили как мобилизационную повестку. То, что производится на символической арене (проблемы и варианты их решений), может, попав на официальную арену, быть принято уже в качестве официального решения и стать основой стратегий и планов развития или нормативных документов, реализуемых с различной эффективностью. Устойчивые властные отношения мы вслед за К. Стоуном обозначаем как городской режим, подразумевая совокупности договоренностей или отношений (неформальных и формальных), с помощью которых достигается управление общностью.

Для выделения мобилизационной повестки мы обратились к газетным сообщениям и рекламным материалам, опубликованным в интересующие нас периоды. По Новокузнецку обработано 60 заметок, сообщений и листовок, размещенных в газетах «Кузнецкий рабочий», «Кузбасс», «Кузнецкие вести», «Франт», то есть тех массовых изданиях, которые были популярны на рубеже веков. По Новосибирску собран и обработан массив данных, содержащийся в газетах «Вечерний Новосибирск» и «Советская Сибирь» 1994–2004 гг. (всего 210 сообщений в месяц высокой электоральной активности), агитационные и прочие материалы за тот же период, хранящиеся в Новосибирском городском архиве (более сотни разнообразных документов). Группируя материалы вокруг событий, имеющих большее значение, мы выделили три этапа формирования мобилизационных повесток: личностный, ролевой и актерский.

Личностный (героический) этап. На юге Кузбасса нет явных лидеров и городских идеологий. Обычно в заголовках материалов фигурируют фамилии претендентов. В содержательной части они повествуют обо всем и ни о чем, обычно перечисляя через запятую известные проблемы, которые фреймируются в рамках «Кемерово —

Новокузнецк», «Кислюк — Мартин», «область — город», «предприятие — горожане». Фото выполнены в «официально-паспортном» стиле, неэмоциональные, однотипные иконические изображения. Кандидат на должность — «человек дела». Это повторяется практически у всех, кто входит на символическую арену вне его политических пристрастий и взглядов. Системного и рационального изложения взглядов обычно нет, существующие проблемы связаны с отрицательными качествами конкретной личности, в поединок с которой и вступает местный Геракл.

В Новосибирске с 1994 г. в СМИ появляется фигура явного фаворита, мэра города В. Толоконского, с которым связывается позитивный комплекс надежд. В центре внимания — социальные аспекты жизни горожан, городская политика в целом — это разговор о социальных гарантиях и городе для его жителей. Фоторяд мэра соответствует характеру сообщений, он обычно в присутствии других людей, реже один, но, как правило, обращающийся к воображаемому читателю. В материалах практически нет дискуссий с оппонентами по существу каких-либо городских проблем, но всегда присутствует мрачный общий информационный бэкграунд газетных сообщений в духе: «Дети умирают, взрослые пьют пиво и шампанское» (обзор статистических показателей). Областная газета, отражающая позицию губернатора коммуниста В. П. Мухи, сдержанно относится к выбору горожан. Заголовок «Советской Сибири» (28 марта 1996 г.): «Признать В. А. Толоконского мэром Новосибирска». В целом, жители не особенно активно участвуют в выборах городского совета, который представляет партии и объединения, позиционирующие себя как оппозиционные действующей федеральной власти (во втором созыве 1996 г. большинство ЛДПР и КПРФ). Обычно газетные материалы политиков представляют собой небольшие сообщения с паспортной фотографией и пафосным мотивационным текстом или житием кандидата. Размещены они, за редким исключением в рекламных блоках или программой ТВ.

Ролевой (консолидационный) этап. Темы в СМИ Юга Кузбасса после 2001 г. уже позитивные, и повествование идет об успехах и достижениях. Из заголовков исчезают фамилии и остаются должности. Городские идеологии — это повествования о чистоте, застройке и поддержке городом зашедших в конце предыдущего этапа на его территорию крупных корпораций. Собственность разделена, предприятия под контролем федеральных, региональных и городских властей, и они вносят свой вклад в успех и процветание горожан. Так в целом можно охарактеризовать общую тональность электоральных сообщений. Иконический стиль остается, но фото теперь в цвете и кандидат на должность обычно снят на фоне улиц или заводов, иногда в присутствии губернатора. Основные рамки рассмотрения ситуации «Поддерживаемые Кузбассом (читай А. Г. Тулеевым) против бузотеров», «Те, кто гордятся Кузбассом — те, кто не гордятся». «Награжденные — ненагражденные». В 2010 г. на фоне скандала и отставки мэра города С. Д. Мартина в СМИ подчеркивается, что отставка в «интересах города», выступившего против личности, не оправдавшей доверия.

В Новосибирске два пика политической борьбы: 2000 г. — выборы губернатора с преимуществом В. Толоконского (мэра города) на 2 % и 2004 г., когда выборы городского главы проходили в 2 тура (59 % В. Городецкий против 29 % Я. Лондона). В этот период меняется характер сообщений. В целом СМИ акцентируют внимание на солидарность и объединении кандидатов вокруг действующей власти на всех уровнях, иногда с локальной культурной или социальной, но не политической спецификой. Основной фрейм — четкая и работающая власть против криминала, рвущегося к ключевым позициям. Государственная нравственность против греха магната, «Город против Лондона». Впрочем, СМИ на своих полосах размещают агитационные материалы и оппозиционных кандидатов, хотя преимущественно используют привычный черно-белый цвет, оставляя цветную печать за сторонниками доминирующей коалиции. Получает распространение листовочный

компромат. В контексте городских идеологий смена городской власти означает смену мобилизационной повестки, вопросы городского пространства, его застройки, хозяйственной и производственной жизни начинают преобладать (5 пунктов из 6 в программе В. Городецкого).

Актерский (театральный) этап. Общим для этого периода выступает тенденция, что действующие главы городов выигрывают выборы: С. Н. Кузнецов — с 2013 г., А. Е. Локоть (КПРФ) — с 2014 г., до этого занимая значимые позиции в исполнительной региональной (первый) или законодательной федеральной (второй) власти. Мэр Новокузнецка побеждает, набирая более половины голосов (в 2018 г. — 70 %). Выборы в Новосибирске проходят в конкурентной борьбе: 2014 г. — 43,75 % против В. Знаткова (39,57 %) и 50,25 % — в 2019 г.

Добавим, что с середины «нулевых» годов все большим каналом коммуникации становятся социальные сети и цифровые платформы. Газеты практически теряют свою аудиторию, телевидение остается значимым для старших возрастных групп, молодежь и средний класс городов в основном ориентированы на интернет-платформы.

В Новокузнецке в электронных СМИ позиционирование городской власти города отражает две тенденции: безальтернативность и напористость (перевод дискуссии в эмоциональную плоскость). Первая означает, что оспаривать решения городских властей, выдвигая альтернативные способы решения проблем или кандидатов на те или иные позиции, уже невозможно, большая часть решений принимается на федеральном и региональном уровне, а городские власти выступают лишь ее исполнителями. Второе, что можно уверенно зафиксировать в Новокузнецке, — это отказ от формально-бюрократического языка и привычного обтекаемого и вязкого бюрократического сленга в пользу экспрессивной лексики, которая регулярно пропитывает коммуникацию с горожанами в программе в «Утро с мэром». Ведущим фреймом становится «Свой (патриот) — чужой (иноагент)», фоторяд подчеркивает силовые и волевые характеристики государственного деятеля и патриота.

В Новосибирске мэр А. Е. Локоть находится в более сложных условиях. Он позиционирует себя как лидер оппозиционной партии, но его выдвижение поддерживают (кроме губернатора) спикер Заксобрания А. Шимкив (ЕР) и председатель горсовета Д. Асанцев (ЕР). Его программа «Новосибирску — динамичное развитие» включает (видимо, продолжая партийную традицию) в себя отчет по проделанной работе и семь направлений дальнейшей работы: «комфортный город», «транспортная доступность», «развитие социальной сферы», «спортивный город», «культура и история» и т. д. Фото- и видеоматериалы политика также часто выходят за пределы привычного бюрократического формата, эмоциональны, с обычными компонентами партийной и государственно-патриотической символики.

Таким образом, на протяжении тридцати лет происходила трансформация городского лидерства от личностного аспекта к ролевому (в границах города) и далее к театральному (в границах региона и федерации). На ранних этапах будущие победители уже имели административный опыт именно городского управления, что, вероятнее всего, и сыграло определяющую роль в борьбе за электорат. Оба лидера были в политическом конфликте с главой региона, представляющего федеральный центр (Новокузнецк) или оппозиционное хозяйственное лобби (Новосибирск). Но далее субъектность и самостоятельность городских властей с различной скоростью уменьшалась, политические функции сужались в пользу хозяйственных и административных, а мобилизационная повестка становилась все более градодорожностроительной и менее направленной на решение локальных социальных проблем. Тем не менее более гетерогенная социальная среда, масштаб города, его диверсифицированная экономика и традиции, заложенные на ранних этапах становления городской власти, позволяют предположить, что общероссийские авторитарные тенденции в ряде крупных городов будут сдерживаться сформированными ранее неформальными договоренностями (режимом координации).

МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Валентина Евгеньевна Ершова

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 66
✉ ervalen@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-150-157

КАЧЕСТВЕННОЕ ИНТЕРВЬЮ В КОНТЕКСТЕ АРХЕОЛОГИИ МЕДИА*

Введение

В публикации анализируется перспектива использования исследовательского интервью в границах медиаархеологического подхода.

Археология медиа — это направление, в рамках которого изучаются медиа (в самом широком понимании этого термина) в их историческом развитии. «Медиаархеологи», по мысли М. А. Степанова,

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00511, https://rscf.ru/project/22-18-00511/.

© В. Е. Ершова, 2022

выискивают и пристально рассматривают в забытых и устаревших медиа (если не сказать в технологическом мусоре, как уточняет автор) формы и тактики различного видения будущего [Степанов, 2014]. Ю. Парикка подчеркивает, что медиаархеология дает возможность исследовать новые медиакультуры через осмысление «старых новых медиа», часто с акцентом на забытые, иногда причудливые аппараты и изобретения. Кроме того, как утверждает автор, медиаархеология — это также способ сохранения исторической памяти и творческих практик в медиакультуре. Медиаархеология рассматривает медиакультуру как многослойное явление, как «сплав» времени и материальности, как прошлое, которое может открыться самым непредсказуемым образом [Parikka, 2012. С. 2]. Таким образом, археология медиа нацелена на поиск, изучение и реконструкцию не только физических артефактов, но также и коммуникативных практик. Археология медиа впитала в себя различные подходы, методы, идеи (см., например, [Huhtamo, Parikka, 2011] и [Цилински, 2019]). При этом перенос методик из одной области в другую требует адаптации методического инструментария. В этой связи представляется актуальным рассмотрение методов и методик социогуманитарной области (в том числе качественного интервью), используемых в медиаисследованиях, в контексте археологии медиа.

Качественное интервью. С. Квале, размышляя об особенностях исследовательского полуструктурированного интервью, дает характеристику интервьюеру-исследователю с помощью двух альтернативных метафор: метафоры шахтера и метафоры путешественника. Первая представляет знания как полезные ископаемые, а интервьюера — как шахтера, который добывает эти самые знания. Вторая представляет интервьюера как путешественника, который свободно скитается по земле и вступает в разговоры со встречными людьми [Квале, 2003. С. 13–14]. Первое сравнение относится к позитивистской традиции, второе — к постмодернистской практике и феноменологическому описанию [Там же]. Второй подход позволяет рас-

сматривать интервьюирование не как ситуацию извлечения знаний и заполнения лакун, а как условия конструирования нового знания, новой дискурсивной реальности.

Если смотреть на археологию медиа не просто с точки зрения изучения технологий прошлого (ср. с метафорой шахтера), а с позиции того, как технология обретает смысл и значение в ситуации социального взаимодействия (ср. с метафорой путешественника, вступающего во взаимодействие с прохожими), то тогда это направление возможно рассматривать через призму конструирования (а не только реконструирования) дискурса. В этом смысле понятие археологии медиа ближе концепции М. Фуко (см. [Фуко, 2004]).

Эмпирическая основа

Проблема применения качественного интервью в контексте археологии медиа рассматривается на материале конкретного медиаисследования, посвященного изучению томских медиа и томской медиасистемы в период с 1990-х по 2020-е годы (см. подробнее [Жилякова, Мишанкина, Ершова, 2022]). Эмпирической основой послужили интервью с представителями томской медиасферы. К моменту подготовки публикации было проведено 17 интервью в период с мая по сентябрь 2022 года.

В представленном исследовательском проекте интервью (использовалась методика полуструктурированного интервью) — элемент общей методологии, в основе которой находится медиаархеологический подход. Эта методология включает в себя также контент-анализ, дискурс-анализ и типологический анализ региональных медиа в историческом аспекте. Таким образом, результаты интервью интерпретируются не сами по себе, а вкупе с результатами анализа медиатекстов и иных документов, артефактов.

Интервью открывает возможность респондентам и самим исследователям отрефлексировать прошлое томской журналистики, проанализировать актуальную ситуацию развития томской медиасисте-

мы, спрогнозировать тенденции развития местных медиа. Ключевая цель проведения интервью в рамках заявленного медиаисследования — описать профессиональную картину мира представителей томской медиасферы.

Результаты

Выше понятия медиаархеологии и качественного интервью рассмотрены через призму амбивалентности: с точки зрения «материального» и «социального», «реконструирования» и «конструирования». В этой логике описаны и результаты, полученные в ходе исследования томских медиа в историческом аспекте.

Физические артефакты. Археология — дисциплина, которая изучает прошлое человечества на основе вещественных источников. В частности, команда представленного исследовательского проекта нашла «вещественные источники» знания о томских медиа. Рассмотрим, при каких обстоятельствах и в каких условиях добывались артефакты и сведения о них.

Артефакты попадали в руки исследователей как после проведения интервью, так и непосредственно в ходе разговора. И во многом успех «поисковых работ» зависел от места проведения бесед. Так, интервью проводились в различных местах: в корпусе факультета журналистики Томского госуниверситета, в кафе, у респондентов дома, на их рабочем месте. С учетом поставленной проблемы интерес представляют последние два типа пространств. Когда интервью проводились на рабочем месте информантов или в домашних условиях, респонденты активно использовали окружающее их пространство для иллюстрации своих рассказов и демонстрации фрагментов рабочей повседневности. К примеру, одна из информантов, интервью с которой проводилось в редакции, показывала фотографии на стенах и комментировала изображенные на них фрагменты знаменательных с ее точки зрения событий. Кто-то демонстрировал тексты и изображения на экране компьютера, давая пояснения. Более того, одно

интервью прошло в рамках полноценной экскурсии по редакции, в которой работал информант. В этом смысле редакции превращались в музеи, а респонденты — в музеологов, которые рассказывали интервьюерам истории об объектах и о своей профессиональной деятельности в целом. Отчасти и домашнее пространство использовалось респондентами для демонстрации тех или иных артефактов, но в основном в случаях, когда оно выполняло в том числе и функцию рабочего места.

Иногда в ходе интервьюирования выяснялось, что в коллекциях респондентов находились уникальные журналистские материалы десяти-, двадцати- и даже тридцатилетней давности. В частности, материалы в печатных журналах и газетах, на кассетах формата VHS. Важно отметить, что эти материалы были недоступны в цифровом виде, и их нельзя было найти в Сети. Исследователям, участвующим в проекте по изучению истории томской журналистики, удалось каталогизировать некоторые материалы и, что самое важное, оцифровать их. Таким образом удалось реконструировать небольшой фрагмент развития томской журналистики в 1990-х, 2000-х, 2010-х.

Сконструированные знания. Медиаархеология, как подчеркивалось выше, в том числе изучает медиа как элемент социальных контекстов. Более того, она рассматривает медиа «не через прогресс или упадок технологий, а через революционные разрывы в преемственности» [Степанов, 2014]. Далее с этой позиции и описаны особенности применения интервью в контексте археологии медиа.

Упомянутые артефакты сами по себе и вне какого бы то ни было контекста ценны разве только для самих владельцев. Более масштабные значения эти объекты получают уже в контексте дискурсивных практик: не только непосредственные практики профессионального дискурса, но и сама ситуация интервью развертывают эти смыслы и значения. Более того, в процессе беседы респондент и интервьюер конструируют новые знания о «носителях информации»: и о представителях профессии, и о материальных объектах. В таком

случае преодолеваются разрывы между тем, чем были объекты, находясь «на полках» информантов, и чем они стали в процессе обсуждения.

Проиллюстрируем то, как интервью может стать хорошим подспорьем в работе и с артефактами, и с дискурсивными контекстами[1].

Респондент: Совершенно случайно в первый мой рабочий день <…> меня сразу отправили на съемки делать видеосюжет для готовившейся к выходу новостной программы «Новости Сибири» // <…> Делали в Новосибирске / сюжеты собирали из Томска / Барнаула / Кемерово / ну и Новосибирска // <…> Программу собирали по ночам // То есть днем снимаешь сюжет / отправляешь ночью перегоном // Тогда Интернета не было // Тогда были релейные станции / то есть видеосигнал перегонялся в определенные часы // <…> Занимался этим ОРТПЦ // <…> Новосибирск сигнал принимал / монтировал программу / и с утра отправлял обратно // Вот совершенно случайно я попала в самый первый выпуск программы // То есть я днем сняла сюжет / ночью его угнали / а на следующий день вышел самый первый выпуск межрегиональной программы «Новости Сибири» //

Интервьюер: О чем сюжет был?

Респондент: Про «Сибирское соглашение» // Заседание какой-то рабочей группы «Сибирского соглашения» / которое проходило в Томске / в томском Академгородке / в Доме ученых // Сюжет сохранился // И его тоже могу отдать //

Кассету респондент принесла уже после интервью. Однако в привязке к этому артефакту она воссоздала и описала целый исторический контекст: технологии создания видеосюжетов в 1990-е в регионах Сибири, при этом она отметила конкретные локации, способы обмена информацией и передачи сигналов, особенности эфирного вещания. Она описала также и содержание конкретной новости.

[1] Интервью от 27 мая 2022 года.

И все эти элементы контекста, знаки и символы времени нашли свое воплощение в конкретном объекте: в VHS-кассете.

Заключение

Использование интервью в контексте археологии медиа не решает задачу восстановления всей хронологии событий и всех фактов, которые связаны с этими событиями. Такой подход, однако, позволяет изучить профессиональный мир респондента, в том числе окружавшие его в тот или иной период пространства и материальные объекты. Более того, этот подход дает возможность рассмотреть эти объекты в качестве носителей определенных знаков и смыслов.

В процессе интервьюирования эти артефакты могут «обрасти» новыми значениями, и именно в такой ситуации — в ситуации беседы — конструируется новое знание о людях и их взаимоотношениях, контекстах и объектах.

Литература

Жилякова Н. В., Мишанкина Н. А., Ершова В. Е. Трансформации региональной медиасистемы с 1990-х до 2020-х годов (на примере Томска и Томской области) // Коммуникация в современном мире : материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью, 20–21 мая 2022 г. Ч. 1. Воронеж, 2022. С. 117–119.

Квале С. Исследовательское интервью / С. Квале. М. : Смысл, 2003. 301 с.

Степанов М. А. Элементы археологии медиа // Международный журнал исследований культуры. 2014. № 1 (14). С. 88–94. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/elementy-arheologii-media/viewer (дата обращения 06.10.2022).

Фуко М. Археология знания / Пер. М. Б. Раковой, А. Ю. Серебрянниковой. СПб. : ИЦ «Гуманитарная Академия»; Университетская книга, 2004. 416 с.

Цилински З. Археология медиа: о «глубоком времени» аудиовизуальных технологий / З. Цилински. М. : Ад Маргинем Пресс, 2019. 439 с.

*Huhtamo E., Parikka J.*_(eds). Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications. USA: Berkeley: University of California Press. 2011. 368 p.

Parikka J. What is Media Archaeology? Cambridge UK: Polity Press. 2012. 205 p.

Наиля Мунировна Байбатырова

Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева
414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а
✉ aulova83@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-158-164

ОНЛАЙНОВЫЕ МЕДИА АСТРАХАНСКОГО РЕГИОНА КАК АКТОРЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКИ

На сегодняшний день Интернет как медиаисточник, а также механизм социального регулирования и быстрого реагирования по мощности и охвату аудитории не имеет себе равных. В результате процессов информатизации и глобализации роль СМИ в современном мире кардинально изменилась. Можно констатировать возросшее влияние медиа на принятие политических решений, формирование социальных установок и общекультурного отношения людей к окружающему миру. Особое значение приобретают политические коммуникации в СМИ, которые задают линию ценностных ориентаций и моделей поведения аудитории. От этого во многом зависит результативность деятельности федеральных и региональных политических структур, эффективное решение кризисных ситуаций. О трансформации политической сферы социума под воздействием цифровизации пишет в своем исследовании А. Е. Коньков [Коньков, 2019].

В этой связи справедливо говорить о массовых процессах медиатизации политики, в том числе на региональном уровне. Массмедиа

© Н. М. Байбатырова, 2022

становятся не просто доминирующими источниками информации о политике и обществе, но и главным каналом коммуникации между властью и электоратом. Е. Л. Вартанова говорит о существенном влиянии медиаполитики на развитие социума. Под медиаполитикой исследователь понимает «важнейшую сферу взаимоотношений средств массовой информации, журналистики, медиасистемы, с одной стороны, и общества — с другой» [Вартанова, 2020. С. 2]. СМИ генерируют в картинах мира граждан-избирателей «медийные когниотипы» и формируют символическую среду, на сигналы которой аудитория реагирует как на объективную реальность. При этом СМИ становятся равноправными политическими акторами, которые играют важную роль при принятии органами власти политических решений.

На роль акторов региональной политики претендуют не только правительственные структуры, органы областной и муниципальной власти, но и социальные институты, в том числе традиционные и новые медиа, интернет-сообщества. Они осуществляют управление информационными потоками. В настоящее время в приоритете — мгновенная передача сообщений на большие расстояния рассредоточенной в глобальном пространстве массовой аудитории. При этом медиаресурсы задают новостную политическую повестку, выделяя главное среди множества политических событий.

Областные онлайновые медиа выполняют важнейшие политические функции: поддерживают и регулируют взаимодействие между институтами власти и обществом, осуществляют контроль за правительством, его решениями и действиями, мобилизуют население для решения общественно значимых проблем. Современный онлайновый медиаландшафт Астраханской области представлен несколькими новостными порталами, сайтами и агрегаторами новостей. Кроме того, функционируют интернет-версии региональных печатных изданий, радиостанций и двух астраханских телекомпаний. Акторами политической коммуникативистики являются и такие инструменты социального взаимодействия, как информационные ресурсы

правительства Астраханской области, прямые линии обращений жителей региона.

Среди основных источников политической информации можно выделить региональный новостной портал «Каспий Инфо» [Каспий Инфо. Астраханский новостной портал, https://kaspyinfo.ru/]. В рубрике «Политика» размещаются сообщения о выборах и предвыборных кампаниях, работе областной Думы, астраханских министрах и общественных лидерах, формирующие политическую повестку области. Для увеличения посещаемости политических рубрик используются такие приемы, как интерактивность (проведение дискуссий, голосований, общение политиков с населением), использование ярких, зачастую сенсационных заголовков.

Помимо информационных материалов, портал «Каспий Инфо» публикует и политическую аналитику. Так, материал корреспондента Татьяны Зелёной «Три года при Бабушкине. Что изменилось в Астраханской области за это время» посвящен промежуточным итогам деятельности политика на посту губернатора. Автор статьи делает политический экскурс, вспоминает ключевые события этого периода: «Бабушкин прибыл в регион не один, а с большим московским десантом. Вскоре началась и кадровая чистка в местном правительстве и других структурах. В результате некоторые, в том числе и в министерствах, потеряли не только свои портфели и кресла, но и свободу — были осуждены за вмененные преступления, связанные с профессиональной деятельностью. Радикально обновился состав кабмина: местных в большей части сменили кадры из других регионов. Однако с тех пор кадры верхнего эшелона значительно обновились» [Зелёная, https://kaspyinfo.ru/opinion/690]. Помимо региональных реформ: строительства и ремонта дорог и мостов, модернизации транспортной инфраструктуры, масштабного ремонта коммунальных и водопроводных сетей, автор вспоминает и акцентирует внимание на крупных федеральных и международных проектах. Среди них — проект по международному транспортному коридору

«Север — Юг», реконструкции Волго-Каспийского канала и строительству Северного обхода Астрахани, взаимодействие с Азербайджаном, Казахстаном, Туркменистаном.

В аналитическом тексте журналиста и политолога Александра Васильева «Эх, хорошо было в стране советской жить…» с подзаголовком «Опыт прошлого как стимул для настоящего» сравниваются советская и современная экономика. Автор то ностальгирует, то саркастически высмеивает реалии советского периода. И, вспоминая слова президента Путина, что Советский Союз, как и современная Россия, жил под санкциями и неплохо справлялся, А. Васильев неоднократно подчеркивает: «Начнем с того, что совсем в СССР вернуться не выйдет» [Васильев, https://kaspyinfo.ru/opinion/654]. Он переводит внимание на то, как существовать стране в ближайшие годы, «поскольку американский минфин уже заявил, что санкции вводятся на неограниченный срок» [Там же].

Альтернативные точки зрения на региональную политику и репрезентацию критических мнений о происходящих в области событиях представляет оппозиционный сайт «Ast-news.ru. Астраханские новости». Социальная политика региона без прикрас — вот основной лейтмотив материалов, среди которых можно выделить публикацию от 27 сентября 2022 г. «Председатель правительства России Михаил Мишустин распорядился выделить 46 субъектам Федерации 3,1 миллиарда рублей на модернизацию первичного звена здравоохранения. Меньше всего получит Астраханская область — 420 тысяч рублей. А больше всего средств — 539 миллионов — достанется Курской области», — говорится в материале сайта «Ast-news.ru. Астраханские новости» [https://ast-news.ru/node/astrakhan-poluchila-na-modernizatsiyu-meditsiny-mensche-vsekh-regionov/]. Электронное издание критикует и транспортную реформу в области, которая была инициирована губернатором Игорем Бабушкиным.

Агрегатор новостей «Без Формата» является так называемым вторичным онлайновым медиа. Астраханский сегмент данного ре-

сурса использует информационные сообщения, созданные другими СМИ, при этом дается ссылка на первоисточник. Копипаст онлайнового агрегатора «Без Формата» производится из нескольких медиа. Агрегация политических региональных новостей происходит по принципу рейтинговости. Главная задача редактора в данном случае — правильно определить новостные приоритеты. В лучшем случае происходит не просто перепечатывание новостей, а использование нескольких источников. Иногда привлекаются собственные данные, информация о происходящих событиях и участниках этих событий.

Важнейшей задачей региональных властных структур становится формирование благоприятной сетки восприятия. В условиях современного цифрового общества политические институты адаптируются к новым технологическим процессам и формам взаимодействия. Рассмотрим портал органов власти Астраханской области. Этот электронный медиаканал выступает основным информационно-стратегическим ресурсом политической деятельности регионального правительства [https://www.astrobl.ru]. Удобный интерфейс позволяет легко ориентироваться в рубрикации политических и социальных новостей, получить информацию о национальных проектах и государственных программах. Поисковая система дает возможность найти фото- и видеоматериал по необходимому запросу. Здесь же даны ссылки на прямую линию с губернатором и электронный сервис обращений граждан. Действует интернет-приемная, в которой можно направить обращение в любой исполнительный орган государственной власти Астраханской области либо орган местного самоуправления. Инструменты анализа, получаемые в результате регулярного мониторинга обращений на прямую линию, упрощают и удешевляют процессы управления в различных социальных сферах области. Прямая линия как особая программа для поиска, анализа и логического сравнения социально значимой информации — это действенный механизм в руках профессионалов.

В политическом менеджменте с каждым годом наиболее эффективными становятся онлайновые каналы неофициальных медиаресурсов. Всё большее влияние приобретают социальные сети и блоги политиков, активно используются возможности мессенджеров. Цифровая среда дает возможность быстро, легко и дешево представить информацию публике. Активная российская политическая жизнь ведется в блогосфере. Возросшая роль PR-коммуникации как фактора мощного воздействия на сознание и поведение многотысячной аудитории стала действенным средством в руках региональных властных структур для реализации социальных интересов и управления конфликтами. Политические фигуры Астраханского региона имеют страницы в социальным сетях, ведут телеграм-каналы, взаимодействуют с электоратом в мессенджерах. Например, глава области Игорь Бабушкин не только отчитывается о результатах политических встреч, деловых поездках, но и отвечает на вопросы астраханцев в телеграм-канале [t.me>babushkin30].

Таким образом, можно говорить о взаимопроникновении двух пространств — медийного и политического. Политическая сфера активно трансформируется в направлении ее медийной технологизации и доминирования медийного дискурса. На региональном уровне это выражается в том, что правительство Астраханской области, губернатор, политические институты и онлайновые медиа, а также специализированные порталы и прямые линии для граждан выступают в качестве акторов коммуникативного процесса, участвующих в построении системы властных коммуникаций.

Информационное общество имеет огромный потенциал развития, это заметно и в астраханском онлайновом медиасегменте. По мере увеличения числа пользователей Интернета аудитория новых медиа стремительно растет. По широте охвата тем, оперативности и профессионализму освещения политических тем они справедливо конкурируют с традиционными СМИ. Через онлайновые издания, порталы, агрегаторы новостей осуществляется трансляция политических

идей, информационной поддержки государственной региональной политики, развиваются цифровые государственные услуги.

Литература

Астрахань получила на модернизацию медицины меньше всех регионов // Ast-news.ru. Астраханские новости. URL: https://ast-news.ru/node/astrakhan-poluchila-na-modernizatsiyu-meditsiny-menshe-vsekh-regionov/ (дата обращения 24.09.2022).

Вартанова Е. Л. Медиасистемы стран СНГ нуждаются в сильном знаменателе // МедиаТренды. 2020. 14 мая. С. 2.

Васильев А. Эх, хорошо было в стране советской жить… // Каспий Инфо. URL: https://kaspyinfo.ru/opinion/654 (дата обращения 14.09.2022).

Зелёная Т. Три года при Бабушкине. Что изменилось в Астраханской области за это время // Каспий Инфо. URL: https://kaspyinfo.ru/opinion/690 (дата обращения 14.09.2022).

Коньков А. Е. Цифровизация политических отношений: грани познания и механизмы трансформации // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2019. № 12(6). С. 6–28.

Портал исполнительных органов государственной власти Астраханской области. URL: https://www.astrobl.ru (дата обращения 17.09.2022).

Полина Алексеевна Мордвинова

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ p.mordvinova@g.nsu.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-165-172

ГОРОДСКИЕ ПАБЛИКИ «ВКОНТАКТЕ» КАК НОВЫЕ МЕДИА: ОПЫТ НОВОСИБИРСКА

В настоящее время большое внимание уделяется городским сообществам в социальных сетях. Пользователи, чаще всего сами не являясь профессиональными журналистами, самостоятельно стали формировать виртуальные сообщества, где сосредотачивается новостная повестка, минуя журналистские структуры.

Ян ван Дейк, известный исследователь в области медиа, разграничивал два понятия — «сообщества онлайн» и «онлайн-сообщества» [Van Dejk, 2006. С. 292]. В первом случае идет речь о сообществах, в которые территориально объединены жители города в рамках компьютерно-опосредованной коммуникации, во втором — о сообществах, которые объединены не столько одной территорией, сколько одной сетевой площадкой. И объект нашего исследования, городские паблики, относятся как раз к «сообществам онлайн». Д. А. Коршунова это явление описывает по-другому: исследовательница предлагает термин «виртуальный локус медиации», который подразумевает под собой «публичное пространство с интенсивным характером ком-

© П. А. Мордвинова, 2022

муникации, аккумулирующим основные события городской истории и современности, являющимся важной частью исторической памяти горожан, значимым для культуры города» в социальных сетях [Коршунова, 2018. С. 200]. Как отмечает А. В. Павлов, «сетевые площадки для локальной коммуникации горожан обладают своей аудиторией, собственной историей, а также писаными и неписаными правилами общения» [Павлов, 2016. С. 47].

В подобных сообществах наблюдается специфическая коммуникация. К примеру, Д. Уокер для коммуникации в рамках виртуальных городских сообществ ввела отдельный термин «публичные сетевые разговоры» [Walker, 2011]. К характерным чертам коммуникации относятся технологическая опосредованность и неиерархичность, а также отсутствие формализованности и четких границ между обсуждением частных вопросов, волнующих горожан, с одной стороны, и общественно значимых интересов и проблем — с другой.

На наш взгляд, в российском медиапространстве виртуальные сообщества ярче всего выражены в социальной сети «ВКонтакте», это и вызвало наш интерес к сравнению коммуникации в рамках разных «сообществ онлайн», но на одной сетевой площадке. В нашем исследовании мы рассматриваем городские паблики, или сообщества, города Новосибирска. Явление подобных пабликов стало настолько распространенным, что уже стало входить в учебники, посвященные журналистике и медиаисследованиям, например, в выпуске 2021 года учебного пособия «Медиасистема России» под редакцией Е. Л. Вартановой [Вартанова, 2021] паблики рассматриваются как часть медиасистемы, хотя ранее подобного упоминания не было.

К. Р. Нигматуллина в докторской диссертации, а также в подготовленной на ее основе монографии «Профессиональная журналистская культура современной России» [Нигматуллина, 2021] показывает изменения в деятельности журналистов и медиасреде, одно из которых — распространение «локальной журналистики», к которой относятся паблики в социальных сетях; в работе «Сообщества

“ВКонтакте” и их роль в медийном ландшафте: опыт трех регионов» [Градюшко, Нигматуллина, Пустовалов, 2019. С. 59] авторы попытались определить, насколько полно региональные паблики обеспечивают информационные и коммуникационные потребности местной аудитории на районном уровне, а в статье «Городские СМИ vs районные паблики» [Градюшко, Нигматуллина, Пустовалов, 2019] они приходят к выводу, что паблики «обгоняют газеты в оперативности, независимости, даже объеме информирования. Кроме того, они начали играть значительную роль в жизни местных общин, выполняя функции, не свойственные районным СМИ (не столько собственно информирование, сколько провокация дискуссии, обратной связи, объединения активности горожан для совместного решения проблем). Такие комьюнити-медиа заполняют нишу, недостаточно востребованную городскими СМИ: нишу оперативного решения социальных проблем, обратной связи».

В статье, опубликованной в одном из самых престижных журналов с результатами медиаисследований «Social Media & Society» (SM + S от издательства «Sage») в 2021 г., «New Gatekeepers in Town: How Groups in Social Networking Sites Influence Information Flows in Russia’s Provinces» О. С. Довбыш называет городские сообщества любительскими или полупрофессиональными гиперлокальными СМИ. Они способствуют развитию чувства принадлежности и связи в местных сообществах, а также продвигают демократические ценности и вовлечение общественности. В работе Ольга Сергеевна рассмотрела, как профессиональные нормы, ценности и практика модерации локальных сообществ в российских провинциальных городах оказывают влияние на опосредованный дискурс, создаваемый этими группами, а также как продукция этих гиперлокальных СМИ влияет на местную новостную экосистему в целом и на российскую медиамодель. Исследование основано на 25 интервью, взятых у модераторов пабликов в социальных сетях таких городов, как Тюмень, Казань, Нижний Новгород, Томск, Переславль-Залесский, Арзамас,

Лобня и Ковдор. Посредством интервью ученая выясняла, каковы мотивы ведения подобных сообществ у модераторов, их размышления о гиперлокальных СМИ в их городе и отношения с другими СМИ и должностными лицами, однако контент в данных сообществах не рассматривался.

В целом, за последние 3-4 года интерес к теме «оплатформенной социальности», локальным виртуальным сообществам значительно вырос, как и масштабы самого явления, которое исследователи не могут игнорировать или воспринимать его только как способ подписчиков получить развлекательную информацию.

Результаты исследования аудитории и рейтинга СМИ Новосибирской области, которое ежегодно на протяжении семи лет проводит Департамент информационной политики администрации губернатора и правительства Новосибирской области, в 2022 году показали[1], что 31 % опрошенных Новосибирской области подписаны на городские паблики в социальной сети «ВКонтакте». Заметный прирост аудитории в 2022 году получили административные каналы: группы и каналы администраций и глав городов и районов, а также каналы губернатора А. Травникова, которые в 2021 году не являлись объектом медиаисследований.

В нашем исследовании мы рассмотрели первые десять по количеству подписчиков городских пабликов, найденные по ключевому слову «Новосибирск». Нас интересовали их аудиторные характеристики, частота обновления в них информации, реакция читателей на посты в них (среднее и медианное значения просмотров, лайков и комментариев). Для этого были проанализированы последние двадцать представленных в каждом из пабликов постов.

[1] https://uip.nso.ru/sites/uip.nso.ru/wodby_files/files/document/2021/10/documents/2021.pdf (дата обращения 20.09.2022).

Аудиторные характеристики городских пабликов г. Новосибирска

	Название паблика	Количество состоящих в нем людей в начале 2022 г.	Среднее (медианное) количество просмотров одного поста	Среднее (медианное) количество лайков одного поста	Среднее (медианное) количество комментариев на один пост	Среднее (медианное) количество репостов одного поста	Количество постов в день
1	АСТ-54	757 762	52 600 (73 000)	245,85 (162)	92,6 (87)	82,5 (20)	> 14
2	Типичный Новосибирск	572 285	19 900 (20 500)	60,85 (53,5)	22,25 (14,5)	37,9 (14)	>20
3	Инцидент Новосибирск	540 263	40 350 (38 000)	86,45 (73,5)	61,2 (57,5)	26,95 (12,5)	>20
4	Новосибирск	381 731	20 570 (18 650)	95,75 (47,5)	30,25 (22,5)	10,95 (5)	> 13
5	Нетипичный Новосибирск	235 436	8 390 (7 900)	39,7 (29,5)	13,5 (7,5)	14,5 (8)	> 18
6	Новосибирский корреспондент	215 760	894,5 (678,5)	2,8 (2)	0	0	7–8
7	Интересный Новосибирск	203 922	6 000 (5 000)	43,7 (36)	2,4(1)	13 (7)	7–8
8	Новосибирск	180 748	955 (870)	3(0)	0	0	1
9	Новосибирск	177 868	5 042 (3 350)	17,8 (8)	5(1)	8,6 (2,5)	>25
10	ЧП Новосибирск	147 356	18 260 (9 900)	63,4 (37,5)	34,5 (10)	68,3 (13,5)	>20

Можно заметить, что количество участников сильно варьируется от паблика к паблику, при этом активность в них не всегда прямо пропорциональна количеству подписчиков. Но все же наибольшая активность приходится на первые четыре паблика. Читателей всегда привлекают новости об инцидентах, авариях, трагедиях, чему практически полностью посвящены первый и третий паблик, и именно по этой причине в них больше всего подписчиков. Эти выводы подтверждают и данные количества репостов: даже самый малочисленный из проанализированных пабликов (№ 10) имеет высокую активность по репостам, так как тоже посвящен чрезвычайным происшествиям, у подписчиков возникает желание делиться своими эмоциями с друзьями.

Паблики № 2 и № 4 очень отличаются по своей коммуникативной стратегии от № 1, № 3 и № 10: новости имеют более нейтральный характер, а посты разбавляются фотографиями, картинками, мемами, направленными на социализацию и создание дружеской атмосферы в паблике. Они обрели популярность за счет публикации уникальных новостей (они обычно опережают другие паблики в публикации свежей информации), а также за счет создания комьюнити, где можно не только увидеть негатив, но и узнать о ситуации в городе или стране, посмеяться или пообщаться с единомышленниками.

Паблики под № 5, 6, 7 и 9 пытаются копировать стиль пабликов № 2 и № 4, привлекая внимание оригинальными названиями. Например, «Нетипичный Новосибирск» будто бы противопоставляет себя «Типичному», но при сопоставлении контента мы обнаружили, что он идентичен и «нетипичности» там нет. Также название «Новосибирский корреспондент» будто бы заявляет, что все события должны описываться от первого лица, но вся повестка практически полностью копируется со сторонних ресурсов, чаще всего — с телеграм-каналов, поэтому в нем активность практически сводится к нулю.

Отдельно стоит отметить паблик № 7, который в корне отличается от всех остальных: в нем редко можно встретить новостную повест-

ку, связанную с городом, он сфокусирован на создании позитивного настроения у читателей. Это достигается за счет публикации афоризмов и крылатых цитат, рецептов различных блюд, фотографий, картинок и мемов. Сюда аудитория приходит за положительными эмоциями, но такая необходимость возникает реже, ведь из 10 пабликов только 1 оказался таким, а сенсационных — сразу 3.

Наиболее слабая активность в паблике № 8 связана с тем, что он перестал модерироваться и превратился в доску объявлений, а такой контент не привлекает читателей, а, скорее, отталкивает.

Упомянем также, что наибольшее количество комментариев собирают посты с негативной информацией: подписчики стремятся высказать свое недовольство, упрекнуть государство, особенно часто критиковали мэра города А. Е. Локтя. Рекордное количество лайков, комментариев и репостов получил пост в паблике № 10 с видео, где девушка жестоко избила велосипедиста: в комментариях можно встретить множество циничных комментариев от «роковая» или «удивительная» женщина до «непонятно, где мужик».

Даже в пабликах, основной контент которых — не инциденты, почти в каждом посте встречались негативные комментарии, будь то пост с фотографиями или добрыми пожеланиями. Городские паблики становятся для пользователей местом, где можно выплеснуть все свои негативные эмоции.

Таким образом, внимание исследователей со всего мира все более стало обращено к данному медиаявлению, так как оно весьма точно репрезентирует ту социальную реальность, в которой находятся подписчики городских сообществ.

В Новосибирском регионе узнавать актуальную новостную повестку через городские паблики — довольно распространенная практика, исходя из опроса, проведенного администрацией. При этом на самые популярные паблики подписаны несколько сотен тысяч пользователей, а просмотры каждого поста составляют десятки тысяч, что говорит об очень высокой востребованности ресурса.

По нашему мнению, городские паблики становятся непрофессиональным аналогом СМИ, где каждый подписчик может выступить автором и оперативно сообщить о том или ином событии, происходит смещение фокуса журналистской проблематики.

Литература

Вартанова Е. Л. Медиасистема России / Е. Л. Вартанова. М. : Аспект Пресс, 2021. 424 с.

Градюшко А. А., Нигматуллина К. Р., Пустовалов А. В. Сообщества «ВКонтакте» и их роль в медийном ландшафте: опыт трех регионов // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2019. № 1 (219). С. 44–49.

Коршунова Д. А. Виртуальные городские сообщества в социальных сетях как одна из форм медиации в культурном пространстве города // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2018. Том 7. № 1А. С. 199–207.

Павлов А. В. Локальные городские сообщества в социальных сетях: между «Соседской» и «Гражданской» коммуникацией // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2016. № 5. С. 46–56.

Dijk van J. The Network Society. 2-nd ed. London : Thouthand Oaks, New Delhi: Sage Publishing, 2006.

Dovbysh O. New gatekeepers in town: How groups in social networking sites influence information flows in Russia's provinces. *Social Media + Society*, *7*(2).

Walker D. M. Networked Public Talk: Attention, Difference, and Imagination in Online Urban Forums. Ph.D., University ofMichigan, 2011. P. 308.

Евгения Юрьевна Юдина

Челябинский государственный университет
454084, Россия, г. Челябинск, пр. Победы, 162-В
✉ zenon1@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-173-177

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ГИПЕРЛОКАЛЬНОГО СТУДЕНЧЕСКОГО МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Студенческие медиа, занимая определенную нишу в современной медиасистеме и являясь «важнейшим инструментом практического обучения» [Базикян, 2017. С. 1], чаще всего рассматриваются как «развлекательные СМИ, аналитике здесь места нет» [Там же]. Основная тематика публикаций связана преимущественно с учебной деятельностью и студенческой жизнью вне ее. Тем не менее С. А. Базикян считает, что «в студенческих изданиях важно и нужно публиковать проблемные критические материалы» [Там же].

Отсутствие запретов на публикацию материалов критической модальности внутренними редакционными стандартами, поощрение преподавателями, курирующими выпуск СМИ, расширения тематических границ публикаций, способствует появлению в учебных медиа материалов, адекватных информационной повестке дня. Сегодня нужно не только уметь писать материалы на злобу дня, но и грамотно их подавать, «чтобы зацепить. Газету об идеальном обществе и стра-

© Е. Ю. Юдина, 2022

не без проблем никто не купит, ведь это утопия, а не печатный рупор» [Синявский, 2021. С. 335].

Положительный эффект такого подхода в учебном процессе очевиден: будущие журналисты учатся писать не только о светлых студенческих днях, но и о проблемах, с которыми приходится сталкиваться в ежедневном режиме. Полученный опыт работы в жанре думающей журналистики позволит выпускнику журфака после окончания вуза проще и быстрее встроиться в профессиональную среду.

Далее остановимся на некоторых, полученных в июле 2022 года, результатах эмпирического исследования пяти студенческих газет высших учебных заведений, занимающихся подготовкой будущих журналистов.

Одной из поставленных целей исследования было выявление особенностей создания контентной модели следующих гиперлокальных медиа: газеты департамента факультета журналистики УрФУ «Журналист»; газеты факультета журналистики БГУ «ЖурФАКТЫ»; газеты филологического факультета ЛГУ им. А. С. Пушкина «Записки филолога»; газеты Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ «Первая линия»; газеты отделения журналистики гуманитарного института НГУ «Nsk-life».

Результаты исследования

1. Подтверждено позиционирование учебными изданиями ведомственной гиперлокальности.

2. Выявлены и охарактеризованы типологические особенности, а именно — цель, концепция, читательская аудитория, тираж и периодичность изданий.

3. С помощью метода контент-анализа содержания материалов в каждом учебном издании установлены популярные тематики и рассчитан занимаемый ими удельный вес (см. таблицу).

На основании полученных данных сделан вывод, что в газете «Журналист» более 57 % номера отведено публикациям о студенческой жизни. Самая популярная тема в газете «ЖУРфакты» — студен-

ческий и преподавательский досуг (удельный вес — 50 %). Рейтинг газеты «Записки филолога» (54,5 %) составляют истории наших современников о выборе пути создания собственного дела. Так как основной темой номера газеты «Первая линия» стал прошедший в вузе научный форум о развитии современной медиаотрасли, логично, что данной теме посвящено 75 % материалов.

Перечень популярных тем и их удельный вес

Название СМИ	**Газета «Журналист»**	**Газета «Жур-ФАКТЫ»**	**Газета «Записки филолога»**	**Газета «Первая линия»**	**Газета «NSK-life»**
Популярная тема	Студенческая жизнь	Досуг	Наши современники	Тренды медиаотрасли	Городская среда
Удельный вес, %	57,1	50	54,5	75,0	36,4

На фоне перечисленных изданий существенно выделяется газета «NSK-life», в которой основная тематика материалов — это городская среда (36,4 %), на втором месте — публикации социальной направленности (31,8 %).

Данная часть исследования позволяет очертить круг тем, которые затрагивают авторы при подготовке материалов в учебные издания, формируя информационную повестку дня для своего локуса (вуза, города) и читательского сообщества.

4. Использование в кодификаторе для контент-анализа оценочной шкалы, описанной в исследовании Л. Г. Свитич, О. В. Смирновой, А. А. Ширяевой, М. В. Шкондина [Свитич, Смирнова, Ширяева, Шкондин, 2015], позволило определить во всех анализируемых изданиях преобладание позитивной и нейтрально сбалансированной модальности.

Негативное (или критическое) освещение популярных тематик зафиксировано в двух изданиях: в газете «Первая линия» затронуты проблемы современного состояния медиасферы (удельный вес — 16,7 %), в газете «NSK-life» — проблемы городского хозяйства (9,1 %).

Отсутствие в большинстве учебных изданий материалов с негативной модальной оценкой нами объясняется сложностью поднятия подобных тем для молодых авторов, которым привычнее описывать события студенческой повестки; предположительно внутренними редакционными установками; отсутствием у студентов необходимых исследовательских навыков, сформировавшегося пула экспертов и опыта написания аналитических материалов.

При этом в исследовании отмечается, что присутствие в учебных СМИ нейтрально сбалансированной модальности может расцениваться как маркер наличия качественного профессионального контента.

Вывод

Перезагрузка контента от локального к более глобальному, изменение традиционных подходов к формированию содержательной части за счет расширения границ привычной гиперлокальной тематики позволяет гиперлокальному студенческому медиа претендовать на иную (уже не гиперлокальную) аудиторию и на иную нишу в медиасистеме, позиционируя себя как городское профессиональное СМИ, в центре внимания которого «постоянное культивирование комфортности городской жизни и не менее постоянное культивирование маргинализма, выхода из зоны комфорта» [Загидуллина, 2018. С. 80].

Литература

Базикян С. А. Студенческая газета в современной российской медиасфере: проблемы и перспективы развития // Ученые записки НовГУ. 2017. № 3 (11). URL: https://portal.novsu.ru/file/1331088 (дата обращения: 14.10.2022).

Загидуллина М. В. Глокализация медиаландшафта: воображаемые миры как способ «перезагрузки» пространства (на примере челябинского «Компромисса») // Город и медиа : материалы Международной научно-практической конференции «Новые городские медиа в медиаландшафте России», г. Пермь, 1–2 июня 2018 года. Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь. 2018. С. 77–90.

Свитич Л. Г., Смирнова О. В, Ширяева А. А., Шкондин М. В. Содержательно-тематическая структура городских газет (контент-аналитическое исследование) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 64–91.

Синявский Д. Лариса Коршун: «Газету об идеальном обществе и стране без проблем никто не купит, ведь это утопия» // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: ад лакальнай праблематыкі да інфармацыйнай бяспекі дзяржавы : матэрыялы III Рэсп. навук.-практ. канф. Мінск : БДУ. 2021. С. 331–336. URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/266683/1/331-336.pdf (дата обращения 14.10.2022).

Туголукова Е. Н. Классификация и проблематика вузовских СМИ // Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики. 2012. № 2 (37). С. 70–75.

Дмитрий Владимирович Березняков

Новосибирский национальный
исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ bereznyakov@ngs.ru

Сергей Васильевич Козлов

Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН
630102, Россия, г. Новосибирск, ул. Восход, 15
✉ feld71@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-178-180

КОНЦЕПЦИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ЦИКЛА (COMMUNICATION CIRCUIT) В ИССЛЕДОВАНИЯХ КНИЖНОЙ КУЛЬТУРЫ

В последние годы в работах многих исследователей ситуация, сложившаяся в российском книговедении, рассматривается как кризисная [Эльяшевич, 2018]. Причины кризиса, как правило, связываются с проблемами в области теоретико-методологических оснований дисциплины. Существующие в отечественном книговедении подходы зачастую делают акцент исключительно на саму книгу как материальный артефакт, что сужает исследовательские горизонты и исключает выявление значимых связей книжной культуры с другими важными факторами, обуславливающими историческое развитие.

© Д. В. Березняков, С. В. Козлов, 2022

Исследователи отмечают изолированность отечественного книговедения от международной социально-гуманитарной ситуации, узость свойственного ему тематического спектра и консервативность используемого методологического аппарата. В этой связи представляется необходимым включить книговедческие штудии в более широкий контекст, который позволит сформировать такую исследовательскую оптику, которая бы опиралась на потенциал и достижения тех дисциплин, которые позволяют анализировать книжную культуру в разнообразных институциональных и символических контекстах.

При этом если обратиться к ситуации в западной гуманитарной науке, то можно увидеть, как на протяжении последних десятилетий, начиная с 1980-х годов история книги (называемая во в Франции «*Histoire du livre*», в Германии — «*Geschichte des Buchwesens*», а в англоговорящих странах — «*History of books*» или «*History of the book*») постепенно трансформировалась в «книжные исследования» (*book studies*), которые как раз и характеризуются отчетливой тенденцией к междисциплинарной кооперации [Венедиктова, 2019]. Следует особо оговориться, что *book studies* не идентичны отечественному книговедению. В центре внимания последнего находится книга как материальный предмет. Задачей *book studies* выступает исследование всего «коммуникативного цикла», в котором книга является лишь объектом в цепи взаимодействий различных акторов, производящих и потребляющих тексты.

Одним из пионеров этой научной области был Роберт Дарнтон, всемирно известный специалист по истории европейской печатной книги, долгое время бывший директором Библиотеки Гарвардского университета. Своё видение предметного поля формирующейся дисциплины и книги как медиума Р. Дарнтон изложил в 1982 г. в статье «Что такое история книги?» [Darnton, 1982]. Цель истории книги, с его точки зрения, — показать книгу как силу в истории, для чего необходимо «понять, как идеи передавались через печать и как воздействие печатного слова повлияло на мышление и поведение человечества»

[Darnton, 1982. P. 65]. При этом Р. Дарнтон предлагает собственную модель коммуникативного цикла (*communication circuit*), который структурирует пространство книжной культуры через устойчивые взаимодействия её основных акторов. Он выделяет шесть основных групп акторов, вовлечённых в этот процесс. Ими являются авторы, издатели, типографы, грузоперевозчики, книготорговцы и читатели (*authors, publishers, printers, shippers, booksellers, readers*).

Таким образом, в рамках описанной выше логики, книжная культура может рассматриваться как сфера, в которой взаимодействуют различные акторы, производящие и потребляющие тексты. Иными словами, пространство книжной культуры носит структурированный характер, предполагающий наличие коммуникативного цикла, определяющего отношения акторов внутри этой сферы. Соответственно, книга предстает здесь как вид медиа в цепи взаимодействий различных индивидов и групп, реализующих собственные и во многом исторически контекстуальные интересы.

Литература

Венедиктова Т. Новости из истории книги // Новое литературное обозрение. 2019. № 5 (159). С. 338–346.

Эльяшевич Д. А. Книговедение: жизнь после смерти // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. Т. 217. С. 55–81.

Darnton R. What Is the History of Books? Daedalus. 1982. Vol. 111. No. 3. Representations and Realities (Summer, 1982). P. 65–83.

Ольга Дмитриевна Журавель

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ o.zhuravel@g.nsu.ru

Екатерина Евгеньевна Соловьёва

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ solovyova.ee@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-181-184

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ СОБЫТИЙ МУЗЫКАЛЬНОГО ТЕАТРА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ НОВОСИБИРСКОГО ТЕАТРА ОПЕРЫ И БАЛЕТА (НГАТОИБ))

Представленность театров в социальных медиа — новое явление в культурной жизни, изучение которого позволяет увидеть характер коммуникаций между культурным учреждением и аудиторией, понять стратегию продвижения театральных событий и позиции театра.

© О. Д. Журавель, Е. Е. Соловьёва, 2022

Согласно опросу «Левада-центра»[1] (признан «иностранным агентом»), проводившемуся с 29 января по 2 февраля 2021 года, 42 % опрошенных узнают новости из социальных сетей, и это число возросло за последние годы, а по опросам, проведенным «Лабораторией будущего театра» РАТИ-ГИТИС в 2018 году[2], 55 % посетителей драматических театров узнавали об этих театрах именно из социальных сетей.

Социальные медиа, занимающие значительное место в повседневной жизни, являются предметом пристального внимания исследователей. Немало работ посвящено и состоянию культурных индустрий. При этом необходимо отметить как малую изученность маркетинга в социальных сетях в целом, так и практически полное отсутствие специальных исследований репрезентации театров в социальных медиа.

В качестве объекта исследования мы выбрали контент Новосибирского государственного академического театра оперы и балета (НГАТОиБ, с 2015 года — НОВАТ), опубликованный на официальной странице театра в социальной сети «ВКонтакте» и отражающий продвижение театра в сети Интернет за 2014 и 2016 годы. Наш интерес к политике продвижения именно этого театра обусловлен сменой руководства в 2015 году после скандала вокруг оперы Рихарда Вагнера «Тангейзер» в постановке режиссера Тимофея Кулябина. По нашему предположению, с приходом на должность директора Владимира Кехмана, который начал проводить новую репертуарную и ценовую политику, а также формировать новый

---

[1] «Социальные сети в России» — «Левада-центр». 23.02.2021. URL: https://www.levada.ru/2021/02/23/sotsialnye-seti-v-rossii/ (дата обращения 03.01.2022).

[2] «Портрет аудитории драматических театров» — РАТИ-ГИТИС, «Лаборатория будущего театра» 2018 г. URL: https://www.thefuturelab.ru/portret (дата обращения 17.04.2022).

имидж театра, репрезентация НГАТОиБ в социальных медиа претерпела изменения.

Предмет исследования — репрезентация событий НГАТОиБ в сети Интернет на примере постов в социальной сети «ВКонтакте».

В ходе работы были использованы метод контент-анализа, дискурсивный анализ.

На основе сравнительного анализа 167 записей за 2014 год и 101 записи за 2016 год мы пришли к следующим выводам.

В 2014 году Новосибирский государственный академический театр оперы и балета видел свою задачу в том, чтобы просвещать публику, уже знакомую с театром, что можно отследить по количеству публикаций познавательного контента. У театра существовала «ядерная аудитория» — одни и те же люди, которые комментировали публикации. Театр обращался к зрителям, интересовался их мнением.

В 2016 году после смены руководства театр практически полностью исключил из медийной повестки культурно-просветительские цели, оставляя их только на офлайн-мероприятия. Театр сделал акцент на продающем контенте, что можно отследить по росту числа ссылок в публикациях, которые должны приводить к конверсии на сайт из социальных сетей. В комментариях зачастую встречаются негативные реакции от пользователей, недовольных новой ценовой и репертуарной политикой, не получившие отработки и ответа со стороны SMM-специалистов театра. К концу 2016 года «ядерная аудитория», которую составляли постоянные посетители, практически исчезла.

Сопоставив контент 2014 и 2016 годов, мы пришли к выводу, что после смены руководства в Новосибирском государственном академическом театре оперы и балета стали отдавать предпочтение единоразовым, случайным посещениям театральных мероприятий, поскольку культурно-просветительские цели практически исчезли из маркетинговой стратегии театра. Размывание «ядерной аудитории» может быть обусловлено также возросшей ценой на билеты, что

лишает значительную часть аудитории возможности посещать театр постоянно.

Таким образом, мы подтвердили наше предположение о том, что в Новосибирском театре оперы и балета после смены руководства изменилась стратегия коммуникативной политики. Театр перестал быть близким к зрителю, презентуя себя как место для эпизодического элитарного отдыха, не предполагающее регулярного посещения. Помимо анализа вербального контента, об этом свидетельствует и визуальный ряд постов. К 2016 году театр перестал вовлекать свою аудиторию в диалог, сменив интерактивную форму коммуникации трансляцией новостной повестки и развлекательного контента. Вопрос, насколько такая репрезентация характерна для музыкального театра, специализирующегося на опере и балете, подлежит дальнейшему исследованию.

Екатерина Витальевна Кузнецова

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ ekouznetsova@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-185-191

МЕДИАСТРАТЕГИИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ФОНДОВ: НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОГО ФОНДА ПОМОЩИ (РУСФОНДА)

По данным Министерства юстиции РФ, на сегодняшний день в стране зарегистрировано более 215 000 организаций некоммерческого сектора, из них около 13 000 позиционируют себя как благотворительные, около 9000 организованы как благотворительные фонды.

Вышедший в конце прошлого года мировой индекс благотворительности (World Giving Index) [https://www.cafonline.org/about-us/publications/2021-publications/caf-world-giving-index-2021], составленный на основании самого масштабного ежегодного исследования, проводимого Charities Aid Foundation (CAF) и Gallup's World View World Poll в 119 странах, показал, что Россия поднялась на 67 место в рейтинге главным образом за счет того, что повысились три ключевых показателя отношения к благотворительности: частота помощи незнакомым людям, перечисление средств в благотворительные организации, участие в волонтерской деятельности. Совокупный индекс для нашей страны составил 33 % (для сравнения в 2018 году — 25 %).

© Е. В. Кузнецова, 2022

Проведенный в декабре 2021 года Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ опрос впервые позволил не только изучить структуру денежных пожертвований россиян, но и провести анализ доверия людей к фондам. В ходе исследования было опрошено более двух тысяч россиян старше 18 лет методом личного интервью. Согласно ему, в прошлом году регулярные пожертвования совершал каждый десятый россиянин, 41 % респондентов ответили, что совершали, но редко, 42 % ответили, что не принимали участие в благотворительности.

Исследователи отмечают: основа культуры благотворительности в России заложена, но эта сфера по-прежнему требует качественного и поступательного развития, как и гражданское общество в целом. И свою роль в этом должны играть сами благотворительные организации, выполняя миссию не только профессиональную: финансовой и волонтерской помощи нуждающимся, но и просветительскую [Солдаткина, Землянский, 2019].

Русфонд (Российский фонд помощи) — один из крупнейших благотворительных фондов России. Создан в 1996 году для помощи тяжелобольным детям, содействия развития гражданского общества, внедрения высоких медицинских технологий [https://rusfond.ru/about].

Русфонд — один из старейших фондов в стране, фактически с него начиналась благотворительность в современной России, и именно его основатели формировали систему, адаптируя ее к российским реалиям, а также вырабатывали уникальную модель адресного журналистского фандрайзинга. Благотворительный фонд регулярно публикует просьбы о помощи на собственных ресурсах: в газете «Коммерсантъ» и на сайте rusfond.ru, в социальных сетях. А также на партнерских ресурсах: в 142 федеральных и региональных средствах массовой информации, среди которых теле- и радиоканалы, интернет-порталы, газеты, журналы и т. д. Всего с 1996 года по 2022 год Русфондом собрано более 18,159 миллиардов рублей, помощь оказана 29 061 ребенку.

Без сомнения, работать эффективно, собирая максимум средств на нужды подопечных в максимально короткие сроки Российскому фонду помощи помогает грамотно выстроенная медиастратегия и медиапрезентация. Например, согласно данным автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и социальных сетей в режиме реального времени «Медиалогия», в сентябре 2022 года количество публикаций с упоминанием Русфонда составило 752 сообщения, тогда как с упоминаниями благотворительного фонда «Подари жизнь» — 221, фонда «Вера» — 194. И это без учета собственных сообщений Русфонда, в состав которого входит не только пиар-отдел, но и собственная редакция информации, а также Дирекция региональных бюро, регулярно публикующие свои материалы.

Медиастратегия представляет собой план по продвижению бренда с учетом обозначенных маркетинговых задач. Медиастратегия включает три основные составляющие: четкое определение целевой аудитории, выбор каналов коммуникации и выработка месседжа (послания для целевой аудитории: его языка, стилистики и т. д.) [Безпалов, Лочан, Иванов, Федюнин, Шилина, 2020].

Целевая аудитория (англ. target audience) — это объект воздействия информационной кампании, которому адресуется сообщение. Ее определение состоит в описании социально-демографических характеристик тех, на которых будет направлено воздействие в ходе кампании [Белановский, Беневоленский, Горлова, 2022].

Благотворительные организации в большинстве своем работают с тремя сообществами.

Первая целевая группа — это потенциальные реципиенты, люди, нуждающиеся в помощи. Как правило, каждая благотворительная организация выбирает сферой своей деятельности помощь группе нуждающихся в конкретной области. Такая сфокусированность позволяет глубоко проникнуть в проблемную область, иногда довольно узкую, стать в ней экспертом и таким образом добиваться эффективности. Для Русфонда это адресная помощь тяжелобольным детям.

Вторая целевая группа — это доноры, жертвователи, благотворители. Грамотный поиск таких людей, вовлечение их в процесс помощи путем участия в финансировании является важным ремеслом, а подчас и искусством благотворительной организации, определяющим ее эффективность.

Наконец, третья группа — это лица, способные эффективно связать коммуникациями первые две группы. Здесь речь идет прежде всего о медиа. Задача — вовлечь собственников и руководителей медиабизнеса в активное соучастие в благотворительных проектах, замотивировать тратить их собственные медийные, а с ними, очевидно, и финансовые ресурсы на участие в помощи, ведь партнерские СМИ размещают информацию о сборах на тяжелобольных детей безвозмездно. Выстраивание такого рода отношений — важнейшая задача благотворителя, поскольку оплата услуг СМИ по их коммерческим расценкам порой способна свести на нет всякую экономическую эффективность работы.

Обязательной частью медиастратегии является обратная связь: измерение и изучение конкретных медиакоммуникаций, сравнительный анализ эффективности каналов коммуникации, месседжей и непрерывная корректировка в зависимости от полученных результатов. Медиастратегия должна быть таким же живым «организмом», как и само меняющееся общество, что и показывает успешный 26-летний опыт Русфонда.

Российский фонд помощи был организован в 1996 году как благотворительная программа издательского дома «Коммерсантъ». Это был ответ журналистов на отчаянные письма с просьбой о помощи читателей газеты. После того, как программа показала свой социальный эффект и эффективность, ее трансформировали в самостоятельный благотворительный фонд.

В 2011 году, в «золотую эру» телевидения, когда рейтинги телевизионных каналов зашкаливали, а федеральные новости смотрела вся страна, к печатным изданиям, сотрудничающим с Русфондом,

добавился телевизионный «Первый канал». Это стало этапом развития Русфонда: один показанный в прайм-тайм репортаж о тяжелобольном малыше собирал десятки миллионов рублей, которые покрывали траты на лечение этого ребенка и еще десятка ребятишек со всей страны. Именно тогда возникла и реализовалась идея с СМС на короткий номер, который знала, без преувеличения, вся Россия. Сегодня эту идею подхватили и распространили практически все телеканалы и многие другие фонды.

В 2013 году Русфонд подключает к фандрайзингу региональные радио- и телеканалы, прежде всего холдинг ВГТРК, благодаря чему в акциях принимают участие миллионы россиян. Фонд открывает в 14 регионах страны свои представительства: региональные бюро. С их помощью он становится ближе к целевой аудитории в регионах страны, а месседж конкретизируется: «Помоги прежде всего своему маленькому земляку, тому, кто рядом с тобой!».

Сегодня Русфонд, в соответствии с приметами времени, делает ставку на интернет-площадки: активно развивает сайт, использует аккаунты в социальных сетях, обращается к блогерам и лидерам мнений, становящимися амбассадорами бренда. Русфонд создал свое мобильное приложение для телефонов, с помощью которого помочь тяжелобольному ребенку можно одним кликом из любой точки мира. В 2019 году за его разработку Русфонд получил премию «Золотой кот» в номинации «Лучшее использование цифровых технологий в фандрайзинговой деятельности» от Ассоциации фандрайзеров.

Все эти изменения магистральных каналов коммуникаций обусловлены и соответствуют тенденциям медиапотребления в современном обществе.

Трансформируются в связи с трендами, а также с учетом задач медиастратегий и месседжи благотворительных фондов. Российский фонд помощи, помня свое зарождение в издательском доме «Коммерсантъ», до сих пор бережно хранит свои журналистские

корни: в штате фонда есть редакция информации, которая ежедневно выпускает новостной блок, еженедельно в газете «Коммерсантъ» выходит полоса, посвященная деятельности Русфонда, свои информационные и аналитические материалы регулярно публикуют и региональные бюро. Ведется статистика, и время от времени перепечатываются материалы других СМИ, пишущих о Русфонде.

В то же время основной частью публикаций фонда являются так называемые «сборочные» тексты и телерепортажи, информирующие о необходимости помощи тяжелобольному ребенку. В них, в отличие от информационных материалов, используется абсолютно другая стилистика и подача: так, на сайте Русфонда и в газете «Коммерсантъ» публикуется текст «письма мамы», то есть эпистолярный жанр личного обращения родителей ребенка к жертвователям. Это обусловлено эмоциональной составляющей месседжа, важно «зацепить» читателя или зрителя, недаром девизом Русфонда является фраза: «Помогаем помогать».

На сегодняшний день сфера благотворительности в России является быстроразвивающейся, гибко трансформирующейся под влиянием реалий времени, но тема медиастратегий благотворительных фондов до сих пор изучена недостаточно. Многие благотворители во взаимодействии со СМИ и обществом действуют спонтанно, без опоры на описанные научные принципы. Опыт Русфонда, одного из самых крупных и уважаемых фондов страны, мог бы им помочь достигнуть большей эффективности в работе в этой сфере.

Литература

Безпалов В. В., Лочан С. А., Иванов А. В., Федюнин Д. В., Шилина М. Г. Способы разработки медиастратегий учреждений высшего образования // Фундаментальные исследования. 2020. № 4. С. 7–14.

Белановский Ю. С., Беневоленский В. Б., Горлова Н. И. и др. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО : учебник. М. : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2022. 456 с.

Солдаткина Я. В., Землянский А. В. Медиастратегии презентации благотворительных организаций: функциональные и аксиологические проблемы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2019. № 2. С. 255–263.

Александра Игоревна Филонова

Новосибирский государственный технический университет
630073, Россия, г. Новосибирск, пр-т К. Маркса, 20
✉ alexaigorevna90@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-192-197

ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ ТРАНСФОРМАЦИИ МЕДИАПРОСТРАНСТВА И СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ

Концепция медиапространства как социально конструируемого понимания мира [Монастырева, 2010], а также исследования медиапространства с точки зрения социологических наук раскрывают это понятие как результат взаимодействия между производителями и потребителями информации. Подобный подход к интерпретации понятия медиапространства предполагает взаимозависимость между контентом, структурой медиапространства и трансформационными процессами, происходящими в социуме. В некотором смысле взаимозависимость трансформационных процессов в медиапространстве и обществе является отражением эффекта наблюдателя в квантовой механике: формирование структуры и наполнения медиапространства невозможно без взаимодействия социума с информационной средой. Более того, исследователи выделяют медиапространство как одно из подпространств глобального социального пространства [Бузин, 2012. С. 9]. Цель данной статьи — исследовать взаимозависимость и влияние изменений в структуре медиапространства на социум.

© А. И. Филонова, 2022

В последние годы обществу пришлось столкнуться с целым комплексом новых, выходящих за рамки привычного, вызовов. Об актуальности анализа их воздействия на структуру медиапространства и, наоборот, трансформации социума в связи с изменением медиапространства говорит запрос на осознанное потребление информации со стороны вовлеченных в процессы создания и распространения информации социальных групп.

Невозможно отрицать воздействие на социум и его медиавовлеченность пандемии и периодов самоизоляции: из-за изоляции от внешних, офлайновых социальных контактов, резкого перехода на удаленный режим работы ускорились темпы цифровизации, пользователей онлайнового медиапространства стало больше. По данным исследования Avast Digital Citizenship Report, проведенного в 2021 г. исследовательскими организациями YouGov и Forsa (совместно с Avast), 10 % опрошенных пользователей в РФ впервые использовали видеозвонки, 18 % указали, что Интернет дал возможность узнавать и познавать новое, а 31 % респондентов возрастной категории 65+ высказал намерение и дальше активно пользоваться онлайн-пространством.

Интерес в этом контексте представляет статистика Роскомнадзора: за период с 2011 по 2021 годы количество зарегистрированных СМК (в терминологии Роскомнадзора — СМИ) в РФ сократилось почти в полтора раза. Этот тренд на сокращение количества СМК можно связать сразу с несколькими процессами:

1) развитием социальных сетей, появлением новых платформ социального взаимодействия (Telegram, Tik Tok и др.) и переносом новостного, социально-политического и развлекательного контента в открытые и закрытые сообщества, каналы и пр.;

2) отказом от корпоративных медиа в пользу сайтов, блогов, спецпроектов и пр.;

3) усилением контроля за СМК со стороны регулирующих органов.

За десять лет медиапространство претерпело существенные изменения и значительно расширилось за счет развития новых элементов

и платформ для взаимодействия, развития технологий мобильного Интернета. Говорить о сокращении включенных в медиапространство элементов в этот период в целом не приходится: уход зарегистрированных СМК компенсировали новые платформы, развитие блогосферы и мессенджеров.

Если рассматривать медиапространство в контексте социологического подхода, складывается понимание его как способа формирования картины мира потребителя информации, личности, включенной в социальные процессы. То есть под углом зрения того, как социальные процессы влияют на трансформацию медиапространства, вынуждая его отвечать на новые запросы, так и наоборот — изменение медиапространства оказывает влияние на социальные процессы. Примером такой взаимозависимости могут служить адаптивность в лентах социальных сетей, «умные» алгоритмы подачи контента, развитость таргетированной рекламы и желание потребителя информационного контента в получении персональных предложений, персонального пользовательского опыта.

Как отмечает Д. В. Неренц, исследуя развитие современной журналистики на примере медиа в РФ и США, говорить о глобальном расширении кругозора не приходилось и до 2022 года: «Электронные СМИ вместо всемирного расширения кругозора, наоборот, его существенно сужают, манипулируя общественным сознанием, заваливая аудиторию “информационным мусором”, второстепенными, незначимыми сведениями, отвлекая внимание от действительно важных существенных проблем» [Неренц, 2022. С. 15].

Можно предположить, что изменение структуры медиапространства в 2022 году усугубит описанную Д. В. Неренц ситуацию. Говорить о статистических данных за 2022 год на данный момент не представляется возможным, однако можно предположить, что тенденция к сокращению официальных зарегистрированных СМК продолжится. Более того, геополитические и общественно-политические процессы в определенной степени аналогично скажутся на структуре

медиапространства. Примечательным в этом аспекте является следующее: цифровизация медиапространства, формирование некоего глобального информационного пространства путем предоставления большему числу людей доступа к разнообразным данным и информационным источникам в разных точках мира определенным образом стирали физические границы регионов, государств и отдельно взятых социумов. Ухудшение геополитической обстановки в 2022 году запустило обратный процесс: государственные границы стали появляться в онлайновом медиапространстве. Согласно исследованию Mediascope, проведенному для Forbes, после признания корпорации Meta экстремистской организацией в РФ, запрета ряда ее платформ и последовавшей блокировке ежедневная российская аудитория социальной сети Facebook (запрещена в РФ) за период с января по июль 2022 года сократилась в восемь раз, а российская аудитория Instagram (запрещен в РФ) — почти в четыре раза. Безусловно, часть российской аудитории по-прежнему пользуется этими платформами, прибегая к VPN, однако говорить о ее полном сохранении не приходится. Часть привычного российской аудитории медиапространства стала ей недоступна, возникли трудности не только с получением информации, которая ранее была в свободном доступе, но и с получением развлекательного контента некоторых элементов медиапространства.

Более того, для российской аудитории из медиапространства были вытеснены не только определенные социальные сети, но и ряд СМК — часть из них ориентировалась изначально на российскую аудиторию (напр., «Медуза», «Медиазона» — обе организации объявлены иностранными агентами, доступ к их ресурсам на территории РФ ограничен с 2021 года), часть транслировала в первую очередь «голос» стран Запада и США (напр., BBC, CNN, New York Times — известные за пределами своей локализации бренды СМК). Потеряла российская аудитория и развлекательные элементы медиапространства: в этом контексте можно говорить об уходе из РФ таких платформ, как Spotify, недавней блокировке SoundCloud.

Как отмечает В. Н. Бузин, любое вытеснение и исключение из медиапространства его элементов, обладающих социальной и культурной значимостью, ведет к снижению информационных (а также культурных и социальных) ресурсов каждой отдельной личности, отдельного потребителя информации. В глобальном смысле это приводит к снижению качества человеческого капитала, сужению картины мира.

Представляется, что искусственное ограничение медиапространства в совокупности с манипулятивным воздействием электронных СМК может привести к изолированности локальных медиапространств и их аудиторий, ослаблению темпов глобализации массового сознания, деградации отдельно взятых социальных групп. Таким образом, рассмотрев проблему взаимозависимости медиапространства и социума, можно заключить, что в текущих условиях осознанное потребление информации становится все более сложной для рядового члена социума задачей. Вводимые разными участниками медиапространства ограничения, трудности с доступом к контенту и контроль за его содержанием негативным образом сказываются на развитии личности и ее восприятии реальности, искажая картину мира в ту или иную сторону. Изоляция отдельных элементов медиапространства возводит своеобразный «железный занавес», появление которого отрицательно сказывается как для исключаемой из определенных уровней медиапространства группы, так и для социальных групп, существующих за пределами этих ограничений.

Литература

Бузин В. Н. Медиапространство в структуре социального пространства // Социум и власть. № 2 (34). 2012. С. 9–13. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-v-strukture-sotsialnogo-prostranstva/viewer (дата обращения 28.09.2022).

Монастырева О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию // Вестник Амурского государственного

университета. 2010. С. 56–62. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-obzor-predstavleniy-i-podhodov-k-ponimaniyu/viewer (дата обращения 28.09.2022).

Неренц Д. В. Развитие современной журналистики в РФ и США: технологический, аудиторный, содержательный аспекты: монография. 2022. С. 379. URL: https://books.google.ru/books?id=tKJqEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false (дата обращения 03.10.2022).

Отчет за 2021 год // Роскомнадзор. 2022. URL: https://rkn.gov.ru/mass-communications/smi-registation/p885/ (дата обращения 30.09.2022).

Avast Digital Citizenship Report: Post-Pandemic Online Behavior. 2021. URL: https://press.avast.com/post-pandemic-online-behavior (дата обращения 29.09.2022).

MediaScope для Forbes. Как иностранные соцсети теряют популярность в России после «спецоперации». 2022. URL: https://www.forbes.ru/tekhnologii/473713-kak-inostrannye-socseti-teraut-popularnost-v-rossii-posle-specoperacii (дата обращения 04.10.2022).

Максим Юрьевич Маркасов

Институт филологии, массовой информации и психологии
Новосибирского государственного педагогического университета
630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28, корп. 3
✉ markasovmaksim7@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-198-202

ПЕРСОНОСФЕРА ДИДАКТИКИ: «ОБРАЗ» УЧИТЕЛЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

В современном медиапространстве актуальным становится наличие и функционирование так называемой персоносферы. Персона, в первую очередь историческая, культурная и политическая, занимает одно из важных мест в галерее медиаобразов, формирующих картину мира массового потребителя. Среди популярных персон выделяется фигура учителя, ставшего почти мифологическим персонажем: профессия учителя в представлении российской аудитории наделена исключительными характеристиками по сравнению с представителями других сфер деятельности (впрочем, у каждой профессии есть своя особенная мифология) — бессребреничеством, фанатичным служением идее, подвижничеством, которые, с одной стороны, создают глобальный медийный миф, с другой — регулируют модель поведения и жизненной стратегии реальных, немедийных учителей. За последние десятилетия стереотип «оброс» множеством дополнительных номинаций (тьютор, менеджер и т. д.), что, безусловно, расширяет количество функций учителя. М. А. Лаппо,

© М. Ю. Маркасов, 2022

рассматривая «тенденции лексического преобразования в текстах современных педагогов» [Лаппо, 2016. С. 124], приводит несколько таких современных номинаций: коуч, медиатор, супервизор, фасилитатор, эксперт, аналитик, консультант, модератор, спикер и т. д. Нас, безусловно, интересует прежде всего не лингвистический феномен, не реальное положение дел, а то, как отражается этот стереотип в пространстве медиа.

Фиксатором массового сознания выступают «народные» СМИ — Яндекс.Дзен и пр., демонстрирующие в большинстве своем наивную картину мира. Необходимо отметить, что такие ресурсы, как Яндекс. Дзен, представляют собой довольно специфический феномен современных медиа, деиндивидуализированный и не отвечающий строгим критериям проверки фактов, «некий коллективный транслирующий логос, создающий “смыслы”, имеющие при всем различии общую основу» [Маркасов, 2022. С. 100].

Теме «учитель в медиа и кино» посвящен обширный исследовательский материал по различным направлениям — от педагогики и социальных наук до искусствоведения и филологии: Климова [2015]; Горбаткова [2017]; Киселева [2018]; Федоров; Левицкая [2018] и др.

Рассмотрим для примера в свете критического мышления одну из статей. Факт того, что она размещена на имеющем официальный статус сайте, или, по крайней мере, на это претендующем, говорит о том, что автор ориентирует читателя на некоторую объективность. Публикация размещена на сайте «Педсовет», о котором есть следующие сведения: «Педсовет — средство массовой информации для педагогов, создаваемое руками самих педагогов. Каждый пользователь сайта одновременно автор и эксперт». Мы не ставим задачи проанализировать какой-то определенный корпус статей сайта, они, безусловно, разнообразны по тематике и специфике, обратим внимание на интересующую нас тему. Статья называется претенциозно — «Образ учителя в российской культуре: от СССР до наших дней»,

что уже отсылает к научному дискурсу. Автор, Александра Бакутина, рассматривает *какими представляли педагогов в отечественном кино и книгах — от советской эпохи до современности*[1]. Однако эта публикация — всего лишь имитация научности, то есть попытки «объективно» исследовать образ учителя, и на поверку оказывается генератором стереотипов.

Уже в лиде две логические несостыковки: *2023 год объявлен в России Годом педагога …— это показатель того, что фигура учителя снова становится знаковой в российском обществе*. Во-первых, само по себе объявление года Годом педагога не означает того, что учитель, благодаря этому мероприятию, автоматически повышает статус в социуме или хотя бы его трансформирует. Во-вторых, автор откуда-то точно знает, что *так было не всегда*, и транслирует расхожий стереотип массового сознания: в советское время педагога уважали, после 1991 перестали. Оценочность (*к сожалению*) только усиливает и одновременно эксплицирует позицию публикатора. Далее А. Бакутина заявляет: *В советское время профессия учителя считалась престижной: педагог был человеком авторитетным и уважаемым*. Автор, на наш взгляд, смешивает реальность и кинематограф: сценическая «правда» принимается за объективное отражение действительности. Кроме того, советские фильмы были во многом идеологическим заказом, предполагающим создание «правильного» образа рабочего, врача, воина, учителя, а сценаристы и режиссеры в какой-то мере выполняли роль социальных имиджмейкеров. Кинокартины же современные («Географ глобус пропил» и др.), на наш взгляд, — это попытка наиболее сблизить реальность и художественный текст, стремление к своеобразному «неореализму»: референция в данном случае является одной из основных задач кинематографистов.

---

[1] https://positivdliaoptimistov.mirtesen.ru/blog/43628629394/Obraz-uchitelya-v-rossiyskoy-kulture-ot-SSSR-do-nashih-dney.

Позволим высказать на этот счет свое мнение: на наш взгляд, распространенное представление об учителе как гуру, бессребренике, специфической профессии — все же пережиток архаического мышления, тем не менее этот «осколок мифа» регулярно воспроизводится массовым сознанием и принимается всерьез. Впрочем, добавим, что два типа учителя — «консерватор» и «продвинутый» — по всей видимости, эксплуатировались в произведениях массовой культуры, начиная с 1960-х годов. Однако это отдельный раздел темы.

Справедливости ради необходимо отметить, что автор все же претендует не на объективность отражения явлений реального мира, а на обзор артефактов, исследует реальность художественную. Впрочем, законы этого художественного мира учитываются не всегда. Так публикатор сообщает, что *В. Сорокин в рассказах «Сергей Андреевич», «Поминальное слово» < …> изображает учителя с иронией < …> . Педагог, потерявший ориентиры, смог вызвать у детей приязнь и любовь, но не смог вложить в них духовность, воспитать моральные качества*. В глобальном смысле в этих ранних текстах Сорокина фигура учителя — сугубо постмодернистский прием, а не попытка отразить, объективно или субъективно, некий характер, тип. Это литературная игра совсем иного рода. С другой стороны, массовое сознание принимает кинематографический образ за реальность. Таков принцип работы манипулятивных механизмов.

Литература

Киселева Н. В. Пограничность образа учителя в художественной культуре XX века // Ярославский педагогический вестник. 2018. № 5. С. 379–384.

Климова Т. Ю. Образ неформатного учителя в литературе 1960–1990-х гг. // Вестник Бурятского государственного университета. 2015. Вып. 10(1). С. 212–219.

Лаппо М. А. Прагматика новых обозначений и самообозначений в современном педагогическом дискурсе // Вестник Новосибирско-

го государственного педагогического университета. 2016. № 2 (30). С. 124–137.

Маркасов М. Ю. Персоносфера современных медиа: Маяковский глазами «постнауки» и массовой культуры // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2022. Т. 21. № 6: Журналистика. С. 99–108. DOI 10.25205/1818- 7919-2022-21-6-99-108.

Федоров А. В., Левицкая А. А. Медийный образ школы в последние годы существования СССР // Знак. 2018. № 3. С. 33–42.

Федоров А. В., Левицкая А. А., Горбаткова О. И. Школа и вуз в зеркале аудиовизуальных медиатекстов: основные подходы к проблеме исследования // Медиаобразование. 2017. № 2. С. 187–206.

Светлана Вадимовна Хваленя

Белорусский государственный технологический университет
220006, Республика Беларусь, г. Минск, ул. Свердлова, 13а
✉ khvalenya99@mail.ru

Надежда Игоревна Шишкина

Белорусский государственный технологический университет
220006, Республика Беларусь, г. Минск, ул. Свердлова, 13а
✉ shishkina-@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-203-207

КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ И ВЫПУСКА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА

Детские журналы в контексте современного медиапространства и медиарынка Республики Беларусь занимают особое место. По мнению исследователей, данный вид издательской продукции сегодня выполняет ряд важных функций: познавательная, воспитательная, коммуникативная, популяризаторская.

Современный ребенок с рождения погружен в медиапространство. К факторам формирования детского сознания «сегодня можно отнести не только семью, как основную ячейку общества, учебно-воспитательные заведения, охватывающие все звенья системы

© С. В. Хваленя, Н. И. Шишкина, 2022

народного образования, внешкольные и культурно-просветительные учреждения, но и средства массовой информации» [Жукова, 2016. С. 57]. Журнальная периодика «способствует становлению социокультурного опыта ребенка, развивает детский интерес к многообразию мира, память, мышление, воображение» [Захарова, 2010. С. 51]. Детские журналы играют важную роль в процессе социализации подрастающего поколения, «которому предстоит в недалеком будущем прийти на смену современным участникам социальной практики, направленной на освоение и преобразование мира в рамках цивилизационного развития» [Макаренко, 2020. С. 60]. Кроме того, материалы детской прессы целесообразно использовать и для формирования читательского интереса. Периодика, адресованная детям, выполняет сразу три задачи: развлечение, обучение и воспитание [Кулинич, 2020]. Именно эта многозадачность превращает детский журнал в замечательный инструмент, активно использующийся в воспитательно-педагогической работе [Куликович, Орлова, 2014. С. 37]. Соответственно, особенности аудитории журнальных изданий для детей предполагают более бережное и пристальное внимание со стороны исследователей.

Качество в сфере массовых коммуникаций, пронизывающих всю структуру общества, является ярким показателем развития всей социальной системы, условий ее функционирования. Средства массовой информации для детей и подростков, вне зависимости от своей формы, во многом ответственны за развитие и воспитание подрастающего поколения. Сегодня возникает проблема отсутствия определенности критериев качества, которые можно предъявлять к материалам в современной детской журнальной периодике.

Одним из важнейших аспектов качества подготовки и выпуска периодических изданий является его редакционно-издательская подготовка. Оценка по данному показателю осложнена многоаспектностью редакторской деятельности. Так, работа редактора над периодическим изданием заключается и в разработке аппарата, и в оцен-

ке журналистского материала, и в стилистическом редактировании и корректуре, и в коммуникации с другими участниками процесса подготовки издательского продукта.

На основе современного научного дискурса в области оценки средств массовой информации нами выделены следующие ключевые критерии качества редакционно-издательской подготовки детских периодических изданий:

– достоверность материалов (отсутствие противоречий; художественная достоверность);

– объективность материалов;

– актуальность материалов;

– информативность и полнота материалов;

– баланс книжной и разговорной лексики;

– использование средств художественной выразительности (тропы, фигуры речи; фразеологизмы);

– грамотность изложения (ошибки грамматики и стиля, опечатки);

– форма построения полос издания;

– удобство восприятия материала;

– цельность издания;

– соответствие концепции издания (внутреннее наполнение, стиль текстового материала, читательский адрес, уровень используемой лексики).

Художественно-техническое оформление периодических изданий объясняется тем, что современный читатель любого возраста нуждается в наиболее комфортных условиях получения необходимой информации. Процесс разработки оформления выпускаемой издательской продукции призван способствовать наиболее полному выявлению содержания напечатанных материалов, облегчить их восприятие, а также руководить вниманием читателя.

С точки зрения художественно-технической подготовки категория качества передает содержание, несет эстетическую ценность и характеризует издание в целом. Выделены следующие группы критери-

ев качества художественно-технической подготовки периодического издания:

– общие характеристики издания (объем издания, формат листа, полосы набора, размеры полей);

– элементы оформления обложки;

– аппарат ориентирования читателя;

– организация текстового поля издания (подбор шрифтового оформления, кегль и величина интерлиньяжа текста, длина строки).

– устройство иллюстративного материала (количество, красочность и качество иллюстраций, инфографика, декоративные элементы);

– информационное взаимодействие иллюстраций с текстовым содержанием и соответствие принципам дизайна (пропорциональность, контрастность, выравнивание, приближенность, экономичность);

– соблюдение правил набора и верстки;

– удобочитаемость и удобство восприятия издания.

Полиграфические критерии качества — это показатели существенных свойств объекта и правила его оценивания с позиций полиграфии и печати.

Для различных способов и технологий печати используются разные показатели и критерии оценки качества. Эти критерии приведены в технологических инструкциях и отраслевых стандартах. Наиболее универсальными называют следующие группы критериев:

– показатели полиграфического исполнения: совмещение красок, цветопередача, тонопередача однокрасочных иллюстраций, контраст текста, отклонение в приводке текста, отклонение в размерах одноименных полей, размеры кантов переплетной крышки, прямоугольность издания;

– эстетические показатели: красочность, цвет и отделка бумаги и переплетного материала;

– показатели надежности: удельное усилие вырыва единичного листа при бесшвейном способе скрепления, удельное усилие раз-

рыва блока на стыке, удельное усилие вырыва блока из переплетной крышки, максимально допустимая нагрузка при хранении изданий;

– отсутствие дефектов формных, печатных, послепечатных процессов.

Таким образом, для создания целостной модели оценки качества детского периодического издания необходимо подходить к рассмотрению вопроса с междисциплинарных позиций. Нами рассмотрены аспекты редакционно-издательской подготовки, художественно-технического оформления и полиграфического исполнения.

Литература

Жукова Д. А. Современная детская журналистика как фактор формирования индивидуального и группового сознания детей: проблемы и перспективы развития // Вестник Краснодарского университета МВД России. Философия, социология и политология. 2016. № 4. С. 57–61.

Захарова Л. М. Детские издания как источник ознакомления детей с этнокультурной действительностью // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 6(85). Ч. 1. С. 51–57.

Куликович В. И., Орлова В. В. Редактирование детских периодических изданий / В. И. Куликович, В. В. Орлова. Минск : БГТУ, 2014. 206 с.

Кулинич А. В. Использование детской периодики для развития читательского интереса // Известия ИППО МГПУ. URL: http://izvestia-ippo.ru/kulinich-a-v-ispolzovanie-detskoy-per/ (дата обращения 07.10.2022).

Макаренко Е. Ю. Детский иллюстрированный журнал: контент-стратегии и технологии // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. Т. 26. № 1. 2020. С. 60–73.

Пётр Борисович Маняхин
(включен Минюстом РФ в реестр СМИ-иноагентов)

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ p.maniakhin@g.nsu.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-208-211

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ВИДЕОИГР

ДАННОЕ СООБЩЕНИЕ (МАТЕРИАЛ) СОЗДАНО И (ИЛИ) РАСПРОСТРАНЕНО ИНОСТРАННЫМ СРЕДСТВОМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ВЫПОЛНЯЮЩИМ ФУНКЦИИ ИНОСТРАННОГО АГЕНТА, И (ИЛИ) РОССИЙСКИМ ЮРИДИЧЕСКИМ ЛИЦОМ, ВЫПОЛНЯЮЩИМ ФУНКЦИИ ИНОСТРАННОГО АГЕНТА

Game studies (исследования видеоигр) — это междисциплинарные исследования, в которых видеоигры чаще рассматриваются как объект культуры и философии. При этом российские медиаисследователи обходят вниманием видеоигры. Однако их аудитория растет, и видеоигры конкурируют за внимание аудитории с другими типами медиа, что обуславливает актуальность исследова-

© П. Б. Маняхин, 2022

ния[1]. Также они имеют высокий потенциал в передаче идеологически маркированных сообщений [Frasca, 2004].

Целью нашего исследования была разработка методологического подхода, позволяющего специалистам по медиа приложить свои интеллектуальные усилия к исследованию видеоигр.

Первые подходы к исследованиям видеоигр развивались по тому же пути, который прошли медиаисследователи. Так, первоначально видеоигры рассматривались как форма текста, «кибертекст». Такой подход был условно назван нарратологическим. Однако позже такой взгляд обнаружил свою несостоятельность, а точнее, недостаточную адаптированность к объекту исследования. Развивавший его С. Домш выделял в видеоиграх три «нарративные формы»: пассивную, активно-узловую и динамическую. Если пассивная форма восприятия характерна для традиционных типов медиа, а активно-узловая — для интерактивных, то последняя выделенная Домшем форма не встречается нигде, кроме видеоигр. К этому типу «нарративной формы» относится так называемый «игровой мир» — система установленных игрой правил и законов его функционирования, развивающихся без вмешательства игрока.

Российский исследователь видеоигр А. С. Ветушинский выделяет в видеоиграх три уровня риторики: вербальную, визуальную и процедурную (то есть геймплей) [Ветушинский, 2015]. Если вербальная и визуальная риторики хорошо знакомы медиаисследователям по газетам, журналам, телепрограммам и другим традиционным типам медиа, то процедурная риторика является специфичной для видеоигр. Автор этого термина Я. Богост объяснял сущность понятия как коммуникацию видеоигры и игрока при помощи правил и установок [Bogost, 2007].

---

[1] См.: Delloite CIS Research Center. Media consumption in Russia-2020. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-telecommunications/russian/media-consumption-russia-2020.pdf.

Согласно этой концепции, игрок ограничен игровыми правилами. Действуя, он получает «ответ» от игры, игровой опыт. Если обратиться к традиционным понятиям теории коммуникации, в данном случае именно этот «ответ» будет транслируемым сообщением.

Такие, характерные сугубо для видеоигр, средства коммуникации предлагается называть «людическими», то есть исходящими от «людуса» игры, ее собственно игровой составляющей. Они находятся в противоречии с нарративными, традиционными для любых других типов медиа. Так, одной из главных проблем, стоящих перед разработчиками видеоигр и их исследователями является «людонарративный диссонанс» — отсутствие баланса между «нарративной» и «игровой» частями видеоигры [Heinz, Wetzel, Fantoli, 2019].

Мы предлагаем относить к «нарративным» средствам коммуникации вербальную и визуальную риторику, характерную для традиционных типов медиа. Эти типы игровой риторики сходны с риторикой плакатов и газет. Именно возможность использования процедурной риторики делает игру игрой. При этом автор понятия Я. Богост полагает, что этот метод может быть использован для анализа и других трансмедийных произведений.

При этом не стоит забывать о фигуре игрока, напоминает А. С. Салин, предлагающий понятие процедурной герменевтики, которое учитывает при анализе содержания видеоигр и то, как ее может «истолковать игрок» [Салин, 2014].

В этой связи важной для медиаисследований видеоигр представляется и теория аффордансов («обнаружение возможностей»), которую использует российский исследователь видеоигр Л. Мойжес [Мойжес, 2020]. Игра представляется как пространство возможностей, и игровым нарративом в данном случае будет именно взаимодействие игрока с миром и правилами, а также получаемый им «опыт» и «ответы» от игровой системы.

Таким образом, можно отметить, что на двух из трех (вербальном и визуальном) риторических уровнях видеоигры соответствуют

традиционным для медиаисследователей объектов. Уровень процедурной риторики является отличительной особенностью игры как трансмедийной формы и делает ее сложным многосоставным типом нарратива. Однако подходы, учитывающие «интерпретации» игроком, и аффордансы позволяют «расшифровать» игру в гипертекст, доступный для анализа при помощи инструментария медиаисследователей.

Литература

Ветушинский А. To Play Game Studies Press the start Button // Философско-литературный журнал «Логос». 2015. № 1 (103). URL: http://www.logosjournal.ru/cgi-bin/arch.pl?action=show&id=79&lang=ru.

Мойжес Л. В. Анализ идеологического потенциала видеоигры с точки зрения теории аффордансов Джеймса Гибсона // Социология власти. 32 (3). 2020. С. 32–52.

Салин А. С. Процедурная герменевтика: как мы понимаем видеоигры. Медиафилософия X. Компьютерные игры: стратегии исследования. СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского философского общества, 2014. С. 73–80.

Bogost Ian. Persuasive games. The expressive power of videogames. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2007. 464 p.

Heinz D., Wetzel D., Fantoli D. Ludonarrative Dissonance and Gamification: A Systematic Literature Review. Seminar paper Emerging Trends in Critical Information Infrastructures. 2019. P. 9–14. URL: https://www.researchgate.net/publication/339384235_Ludonarrative_Dissonance_and_Gamification_A_Systematic_Literature_Review.

Frasca G. Videogames of the oppressed: Critical thinking, education, tolerance, and other trivial issues. Electronic book review. 2004. URL: http://electronicbookreview.com/essay/videogames-of-the-oppressed/.

Анна Евгеньевна Ярославцева

Региональное информационное агентство «Томск»
Высшая школа журналистики
Томского государственного университета
634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 63
✉ anna@tomskria.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-212-219

ДРАМАТУРГИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ «ОТКРОЙ ССЫЛКУ» И «НЕМЕЦКИЙ ТОМСК»

Одним из ключевых свойств новых медиа является мультимедийность — возможность синтеза внутри одной публикации различных форматов (текст, фото, видео, аудио, графика и др.). В свою очередь, мультимедийный сторителлинг — это способ рассказывать о событиях по-новому, интересно и интригующе, с использованием возможностей разных медиаплатформ, присущих им выразительных средств и жанров. Несмотря на то, что сам способ не нов, интерес к нему до сих пор не ослабевает. Более того, его называют одним из самых действенных приемов маркетинга, часто используют в обучении, самопрезентации и т. д. Причина проста — человеческий мозг просто лучше воспринимает информацию, если она представлена в виде структурированной и увлекательной истории.

Это подтверждается и учеными — в частности, в исследовании американского нейроэкономиста Пола Зака «Чем нас так привлекают истории?» отмечается: «Сюжеты, затрагивающие какие-то струны,

© А. Е. Ярославцева, 2022

вызывающие эмоциональный отклик, сильнее влияют на нас, а значит, лучше запоминаются, чем простой набор сухих фактов. Люди — социальные существа, регулярно вступающие в контакт с незнакомцами, а рассказ — это эффективный способ передать важную информацию и систему ценностей от одного индивидуума или сообщества к другому» [Zak, 2013]. Кроме того, людям важно получить какой-либо опыт. Также важна драматургия, которая составляет каркас любой истории.

Преподаватели и студенты Высшей школы журналистики Томского госуниверситета, среди которых автор статьи, совместно с автономией немцев Томска за последние два года (2020–2021) подготовили два масштабных медиапроекта — «Открой ссылку» www.deportation.space и «Немецкий Томск: Истории. Люди. Места» www.germantomsk.ru. Первый повествует о том, как регион стал местом ссылки, отдельное внимание уделено немцам Поволжья — проект приурочен к 80-летию их депортации в Сибирь. В 2022 году проект занял первое место в номинации Digital storytelling в одном из самых престижных международных конкурсов медиадизайна — Student Design Contest. Конкурсантов оценивали дизайнеры The Washington Post, The New York Times и The Wall Street Journal. Авторы рассказали «Историю одного эшелона», прибывшего 80 лет назад из Поволжья в Томск, восстановили маршрут, нарисовали оригинальные иллюстрации. А самое главное — нашли тех самых пассажиров эшелона, среди которых оказалось много известных томичей.

Второй проект, «Немецкий Томск», победил в номинации «Проект года — 2020» регионального конкурса «Акулы пера». Команда собрала архивную информацию, редкие фотографии об историко-культурном наследии немцев, живших и работавших в Томске в XIX–XX веках, и представила ее в виде трех городских маршрутов с текстами и видеозарисовками. Авторам проектов удалось рассказать обе истории по-новому, задействуя богатый арсенал мультимедийных средств, а также используя приемы драматургии. Слово

«драматургия» происходит от греческого «dpama» (драма), что в переводе означает «действо, действие». Режиссер кино и телевидения А. Г. Соколов отмечает, что драматургия — это «особый способ отбора содержания произведения и взаиморасположения его частей, который позволяет автору активно управлять мышлением, интересом и вниманием зрителей» [Соколов, 2003. С. 13].

Как правильно управлять ими в мультимедийной истории? Ведь внимание — быстро истощающийся ресурс. С точки зрения рассказа можно назвать несколько способов удержания внимания аудитории. Авторы учебника «Мультимедийная журналистика» [2017, С. 139–181] отмечают следующие:

«1) адекватная структура истории;

2) эмоциональное вовлечение аудитории;

3) наличие интригующей истории;

4) гармоничный набор мультимедийных элементов;

5) персонаж;

6) сюжет/драматургия;

7) конфликт/проблема/перемены/внутренний конфликт;

8) решение/действие/побуждение;

9) сопереживание/вовлечение;

10) наглядность/визуальный потенциал».

Разберем проекты по данным пунктам. Что касается **структуры**, мультимедийные проекты «Открой ссылку» и «Немецкий Томск» представляют собой сочетание нескольких историй, объединенных одной темой. В проекте «Открой ссылку» это тема ссыльных — север Томской области (Нарымский край) был местом ссылки с XVII века. Здесь «отметились» знаменитые Сталин, декабристы, дед композитора Дмитрия Шостаковича, а в 1941–1946 гг. прибыли 25 000 российских немцев, что сделало их самым многочисленным этносом после русских. В 2021 году было 80-летие депортации, и это явилось поводом вспомнить интересные истории людей. Весь собранный материал был объединен в 10 разделов: «Область ссылки» (инфор-

мация о Нарымском крае как месте ссылки с XVII по XX в.), «Хроника депортации», «История одного эшелона», интерактивная карта «Путь следования эшелонов», «Истории пассажиров поезда № 752», «Дневник депортации», «Немцы в Томской области» (5 видеоисторий), «Немецкие корни» (10 мини-историй молодежи о депортации), «Гайд по генеалогии» — методичка по поиску и написанию семейной истории, «Книга памяти» — раздел-анонс издания «Книги памяти немцев Томской области». Итак, основная сюжетная линия проекта — «История одного эшелона», прибывшего 80 лет назад из Поволжья в Томск с переселенцами, на которую «наслаиваются» другие — дополняющие и поясняющие, в целом составляя исчерпывающую картину эпохи, страны и конкретных событий.

Проект «Немецкий Томск» построен чуть иначе. Он призван напомнить томичам о том, что Томск — город с «немецкими корнями», а также рассказать о вкладе немцев в историю города. Объединяющий мотив — эпоха экономического расцвета Томска, конец XIX — начало XX века, когда происходила смена роли города на вузовский центр, возникли первые в Сибири императорский университет, технологический и учительский институты. Проект построен в виде трех маршрутов по «немецким местам» Томска, которые появились в это время.

Эмоциональное вовлечение аудитории в проекте «Открой ссылку» происходит через **интригующие истории** и **нетривиальных персонажей —** благодаря рассказам о судьбах трех пассажирах эшелона, которых удалось найти. В названия команда вынесла самые важные акценты, подчеркивающие ценность персонажей: «Тренер чемпиона мира», «Выживший в ГУЛАГе», «Скрипач томской филармонии». В проекте «Немецкий Томск» каждый из трех маршрутов драматургически объединен лейтмотивом: один из них («Немецкие легенды улицы Кузнецова») — это улица, которую называли «немецкое место» из-за кирхи и активной лютеранской общины, а еще на ней жили и совершали мировые научные открытия томичи — рос-

сийские немцы. Флагман второго маршрута — «Sehr Gut: Как немцы университетский Томск строили» — архитектор Фортунат Гут, который приложил руку к строительству большинства томских вузов. В названии намеренно заложена игра слов gut — Гут. На личностной линии также строится повествование. А третий — «10 архитектурных фантазий и один аэроплан Андрея Лангера» — посвящен творчеству харизматичного зодчего Лангера, список работ которого просто невероятен: роллердром, театр, цирк, мечеть, синагога, православный храм, больница, бани и… даже аэроплан. Последний здесь также упомянут здесь совершенно сознательно, дабы создать интригу, зацепить внимание читателя, которому будет интересно узнать ответ на вопрос, что же это за аэроплан. Личность Лангера также является эмоциональной доминантой, которая проходит через весь текст.

В проектах гармонично сочетаются разные **мультимедийные форматы**, которые также способствуют эмоциональному вовлечению: в «Немецком Томске» можно послушать орган в кирхе или звон колоколов Петропавловского собора, узнать необычную видеоисторию резного 100-летнего особняка, где располагается Российско-немецкий дом Томска, «проехать» по улице Кузнецова — для этого представлен видеоотрывок, или погулять самому — для читателей доступна интерактивная гугл-карта с указанными пунктами маршрутов — на нее достаточно нажать. В проекте «Открой ссылку» есть яркий раздел с мини-видеоисториями, которые рассказывают сами томские немцы. Среди них — декан факультета иностранных языков ТГУ Ольга Нагель — авторам показалось очень интересным, что человек с немецкими корнями может рассказать о том, как этническая идентичность передается через язык; инициатор необычного памятника российским немцам в Томске, областной депутат Леонид Глок, который объясняет, откуда взялся памятник и что он означает; старожилы Кожевниково, одну из улиц которого, оказывается, даже назвали «Берлин». Естественно, в заглавия видео вынесены именно эти цепляющие моменты. Так, названием одного из видео является

цитата из рассказа 80-летней бабушки Мины Карловны Брейнингер: «Мы брали из Поволжья елочные игрушки». На наш взгляд, это весьма удачный «эмоциональный крючок», который работает на сопереживание.

Драматургическая основа, т. е. конфликт, в проекте «Открой ссылку» очевиден: переселенцы попадали в наш регион не добровольно, а всегда по какой-либо причине, которая чаще всего воспринималась людьми как некая несправедливость, это и есть основа конфликта. Далее люди пытались преодолеть лишения и выжить, взаимодействуя со средой, прилагали огромные физические и нравственные усилия. В проекте «Немецкий Томск» конфликт/проблема стержнем повествования не является, однако почти в каждой истории есть проблемные ситуации, которые героям приходилось преодолевать — будь то строительная задача, когда необходимо возвести здание на сложном болотистом грунте Сибири, или как-то раздобыть огромное количество кирпичей при отсутствии больших кирпичных заводов в Томске, часто возникала проблема сохранения исторического здания, которое находилось под угрозой из-за перформатирования под спиртзавод/конюшню/склад.

Отдельно отметим **наглядность/визуальный потенциал** проектов. В них очень большое количество фотографий, рисунков, инфографики, в т. ч. интерактивной, например, карта «Путь следования эшелонов», которая помогла обобщить массив данных. «Интерактивность метода привлекает внимание читателя и позволяет продлить контакт с ним благодаря различным формам взаимодействия с контентом, служит эффектной иллюстрацией сложных данных и аргументацией журналистского текста» [Лайкова, 2015]. Вагон для скота, в котором перевозили людей, представлен в разрезе с пояснениями. Устройство эшелона показано в виде 65 нарисованных вагончиков, а «шорт-лист» переселенца — самых важных предметов (см. рисунок).

В проектах также задействованы такие средства воздействия текста, как супраграфемика (выбор шрифтовых гарнитур, средств

шрифтового выделения — курсив, подчеркивание, разрядка, использование заглавных букв, варьирование насыщенности и размера шрифта) и топографемика (способы размещения печатного текста на плоскости). Шрифтовые гарнитуры имеют отчетливые исторические и эмоциональные ассоциации. Так, в проекте «Немецкий Томск» шрифты типа Liberteen отсылают к исторической эпохе модерна и выразительным «немецким» чертам (Marlene, Graphik). В «Открой ссылку» использован шрифт, напоминающий печатную машинку. Также авторы добавили анимационные элементы, чтобы подать материал более динамично, задействовали цвета — использованные в «Немецком Томске» желтый и серый свойственны многим зданиям, построенным в стиле ар-нуво, югендстиле, которые можно встретить, например, во всемирно известном квартале вокруг улицы Альберта в Риге.

«Шорт-лист» переселенца

Мультимедийный проект в журналистике — как правило, командная работа, в его основе лежит история или серия историй, а драматургия истории является определяющим фактором для отбора и конфигурации составляющих ее мультимедийных элементов. «Мультимедийные форматы помогают раскрыть суть истории, создать нужную эмоциональную атмосферу, привлечь и удержать внимание пользователя, при необходимости вовлечь его с помощью интерактивных элементов» [Силантьева, 2016. С. 176]. Гармоничное и продуманное сочетание всех «пазлов», которое приводит к нужному для рассказчика эффекту, — и есть талант журналиста.

Литература

Лайкова Я. В. Инфографика в российских СМИ: периодизация и тренды развития. 2015, вып. № 2. URL: http://www.mediascope.ru/1712 (дата обращения 10.10.2022).

Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / под ред. А. Качкаевой. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. С. 139–181.

Силантьева О. Режиссура мультимедийной истории / Как новые медиа изменили журналистику. Екатеринбург, 2016. С. 176.

Соколов А. Г. Монтаж: телевидение, кино, видео. М., 2003. С. 13.

Zak Paul J. How Stories Change the Brain. 2013. URL: https://greatergood.berkeley.edu/article/item/how_stories_change_brain (дата обращения 10.10.2022).

Ирина Геннадьевна Катенева

Новосибирский государственный педагогический университет
630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилюйская, 28
✉ irina-kateneva@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-220-225

«ВИЗУАЛИЗИРУЙ ЭТО»: ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ КАК ИСТОЧНИК СОЗДАНИЯ МЕДИАКОНТЕНТА (НА ПРИМЕРЕ КЕЙСОВ ПРОЕКТА «ИССЛЕДОВАНИЯ ЯНДЕКСА»)

В условиях информационной перенасыщенности медиапространства редакции стремятся создавать «вечнозеленый» контент, который не терял бы своей актуальности на протяжении длительного времени и представлял интерес для разных сегментов целевой аудитории. Как показывает практика, отдельным направлением в разработке и реализации таких проектов выступает дата-журналистика.

Как отмечают авторы исследования «Формы подачи материалов в дата-журналистике», в процессе создания медиаконтента, основанного на web-аналитике, «используется несколько разновидностей данных, с помощью которых можно представить информацию. Это числа, текст, геолокация, дата и время, мультимедиа. <…> Основная задача журналиста — правильно структурировать различные данные. С этой работой справляются и традиционные журналисты-новостники, не обладающие навыками программирования. Структурирование данных позволяет проводить необычные исследования, выявлять за-

© И. Г. Катенева, 2022

кономерности и преподносить информацию в новом для аудитории виде» [Баранова, Шнайдер, 2022].

Одной из тенденций производства медиаконтента «длительного хранения» является визуализация. Инфографические проекты и лонгриды создают не только редакции СМИ, но и творческие команды крупных интернет-компаний. Изучением и визуализацией поисковых запросов пользователей на протяжении 16 лет занимается лаборатория «Исследования Яндекса».

Принципы организации и развития «Яндекса» как поисковой системы, портала, информационной базы рассматриваются экспертами в сфере IT-индустрии [Алдошин, Андросов, 2020], экономики [Никулин, 2013] и медиаменеджмента [Поликарпов, 2014; Мурзина, Морозова, 2019]. На периферии внимания исследователей оказывается деятельность редакции сайта yandex.ru, связанная с производством медиапроектов, основанных на визуализации большого объема данных, презентации целевой аудитории отдельных потребительских замеров и выявления закономерностей в развитии принципов современного медиапотребления.

Лаборатория «Яндекс Исследований» визуализирует поисковые запросы пользователей с 2006 года. В качестве основных задач проекта создатели обозначают анализ данных и выявление тенденций развития цифрового общества: «*Открытые исследования по статистике сервисов Яндекса — о поисковых запросах, дорожном движении, покупках в интернете и вообще обо всём, что можно узнать с помощью данных. ... Сервисы Яндекса накапливают огромное количество данных, по которым можно делать выводы об окружающем мире и происходящих изменениях. Мы анализируем данные и открыто публикуем результаты исследований*» (https://yandex.ru/company/researches).

Для выявления особенностей развития творческой лаборатории по созданию проектов на основе анализа и обработки запросов пользователей «Яндекса» был проведен контент-анализ и сравнительный

анализ публикаций, размещенных в разделе «Исследования Яндекса» в 2006–2010 и 2020–2022 годах.

Результаты контент-анализа показали, что за первые три года (в конце 2006 года в разделе «Исследования» размещен только один проект) функционирования аналитической лаборатории было создано 40 публикаций. Каждый пятый проект посвящен обзору развития российского информационного рынка (СМИ, блоги, интернет-реклама): «Состояние блогосферы российского интернета», «Контекстная реклама в России. Лето 2007», «Медиасфера Рунета». 18 % проектов, созданных за анализируемый период, раскрывают различные аспекты организации торговли в интернет-среде: «Электронные платежи в Рунете: магазины», «Интернет-торговля в России: розница». 10 % публикаций представляют собой аналитический визуализированный отчет возникновения автомобильных пробок в крупных городах России.

Все проекты, созданные с ноября 2006 года по март 2009 года, относятся к одному формату — пдф-версия информационного бюллетеня аналитической службы «Яндекса». В качестве основного средства визуализации выступают диаграммы, демонстрирующие соотношение долей рынка и типичные социологические характеристики потребителей (целевой аудитории). Медиапроекты такого плана рассчитаны на подготовленного читателя, который является специалистом в конкретной сфере визуализации данных и большую часть их интерпретации может провести самостоятельно.

С марта 2009 года наблюдается ребрендинг концепции проекта «Исследования Яндекса», который отражается на тематическом разнообразии проектов (запросы пользователей яндекс-сервисов: от прогноза погоды, до выбора вина и подарков) и смене формата презентации данных — аналитическая статья, отличающаяся разнообразием инфографики (диаграммы, облака тегов, визуализированные схемы) и интерактивным оглавлением, а также картинки-визуализации («Поисковые ассоциации»; https://yandex.ru/company/

researches/2010/ya_ associations_2010; «Улыбки в интернете»; https://yandex.ru/company/ researches/2010/ya_smileys_2010).

Изменения, связанные с выбором объектов исследования и форматами презентации большого объема данных, связаны с включением еще одного сегмента целевой аудитории — людей, интересующихся выявлением закономерностей в системе цифровой коммуникации и медиапотребления, то есть пользователей с аналитическим типом мышления.

Результаты контент-анализа 26-ти медиапроектов, размещенных на сайте yandex.ru в 2020–2022 годах, показал, что сотрудники творческой лаборатории «Исследования Яндекса» стали создавать не только аналитический контент (46 %), но и образовательный (35 %), развлекательный (19 %). В рамках тенденции геймификации целевой аудитории проекта предлагаются тесты («Праздничный тест про московское метро»; https://yandex.ru/company/researches/2020/metro-quiz) и игры, являющиеся разработкой сотрудников «Яндекса» (например, «Балабоба» — генератор текстов на основе языковой модели YaLM; https://yandex.ru/lab/yalm).

Уменьшение количества предлагаемых целевой аудитории проектов обусловлено усложнением их структуры и качества обработки и оценки информации. Две трети проектов относятся к категории лонгридов и мультимедийных лонгридов, подразумевающих глубокое погружение в тему и тщательное изучение фактуры.

В формате лонгридов презентуются классические темы, выбранные для изучения в самом начале запуска проекта «Исследования Яндекса»: «Развитие онлайн-торговли в России. 2021» (https://yandex.ru/company/researches/2021/ecomdash), «Какой бизнес хотят открыть россияне» (https://yandex.ru/company/researches/2021/business). Лонгриды отличаются детально продуманной визуализацией и концентрацией различных типов интерактивной инфографики и таймлиний.

Образовательный контент, который, как правило, создается как партнерский проект, представлен в формате мультимедийного лонгрида. Это своеобразная интерактивная энциклопедия, позволяющая представить тенденции развития определенной области/сегмента знаний (например, серия лингвистических проектов), или оценка медиапотребления в условиях новой цифровой реальности (энциклопедия фейков «Инфодемия в эпоху короновируса», https://yandex.ru/company/researches/2021/covid-fakes; исследование отношения массовой аудитории к использованию потенциала нейросетей в разных сферах человеческой деятельности — «Искусственный интеллект в заголовках новостей», https://yandex.ru/company/ researches/2020/ai-news).

Таким образом, медиаконтент, создаваемый на основе анализа и интерпретации поисковых запросов сервисов компании «Яндекс», прошел эволюцию на уровне структуры и содержания: от пдф-презентаций и аналитических статей до лонгридов и мультимедийных энциклопедий. Трансформировался и функционал проектов: от позиционирования продуктов, услуг компании и имиджевой рекламы до медиаобразования и создания просветительских проектов.

Визуализация и мультимедийность позволяют адаптировать сложную информацию для неподготовленной целевой аудитории; привлечь и удержать внимание читателя за счет интерактивности и разнообразия форматов.

Литература

Алдошин М. В., Андросов А. Ю., Бородащенко А. Ю., Зуев Ю. Г. Системный анализ, управление и обработка информации // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. 2020. Вып. 5. С. 3–10.

Баранова Е. А., Шнайдер А. А. Формы подачи материалов в дата-журналистике // Litera. 2022. № 3. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=37556 (дата обращения 25.09.2022).

Мурзина О. В., Морозова А. А. «Яндекс.Дзен» как площадка для продвижения регионального информационного сайта // Челябинский гуманитарий. 2-19. № 2 (47). С. 20–25.

Никулин Д. Н. Система контекстной рекламы «Яндекс.Директ» // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2013. № 8. С. 76–80.

Поликарпов Д. Е. «Яндекс» — крупнейшая российская поисковая система и интернет-портал // Мир новой экономики. 2014. № 3. С. 59–70.

Анжела Викторовна Муха

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
344022, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69
✉ Ekstazi15@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-226-230

ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕЛЕКАНАЛА «ПЯТНИЦА!»

На сегодняшний день телевидение не теряет своей популярности [Абрамов, 2014. С. 129]. Рейтинги телеканалов и передач тому подтверждение (на сайтах-агрегаторах типа «Mediascope» часто указывается число зрителей, однако стоит брать во внимание тот факт, что перед одним телевизором не всегда сидит один человек).

Распад СССР прекратил монополию государства на телевещание [Самстыко, 2009. С. 102]. Массово стали появляться частные телекомпании различных направлений. Одним из таких каналов стала «Пятница!», которая и легла в основу данного исследования.

Телеканал «Пятница!» — один из самых популярных частных круглосуточных развлекательных телеканалов не только в странах СНГ, но и за рубежом, где с 2017 года транслируется международное подразделение канала под названием «Пятница! International». Основной телеканал начал свое вещание 1 июня 2013 года, заменив известный «MTV Россия», входит в медиахолдинг «Газпром-Медиа».

Подавляющее число эфирной сетки телеканала «Пятница» занято различными шоу по двум тематикам — трэвел и кулинария. Сериалы

© А. В. Муха, 2022

же транслируются вечером (отечественное производство) или ночью (зарубежные). Каждую пятницу вечером транслируют зарубежные фильмы (две-три ленты за раз). Воскресенье полностью посвящено кинолентам зарубежного производства. Примечательно, что в сезон премьер, а это чаще всего весна и осень, с понедельника по четверг в 19:00 выходят премьерные выпуски одного известного шоу или шоу-дебютанта. Например, вечер среды обычно забронирован программой «На ножах».

В структуре канала присутствуют две собственное студии: продюсерские центры «Ножи» и «Студия “Пятницы!”». Лицами канала являются многие популярные блогеры и исполнители: Анастасия Ивлеева, Ида Галич, Регина Тодоренко, Константин Ивлев.

Одним из популярных шоу на телеканале «Пятница!» является программа «На ножах» — шоу, которое помогает преобразить убыточное заведение (кафе, ресторан, забегаловку) с самого нуля: начиная основательным ремонтом (важно уложиться в 300 000 рублей) и заканчивая декоративными элементами (подушки, стикеры, вазы). Ребрендингу подвергается абсолютно все: зал, кухня, бар, фасад, концепция, меню. По факту — отстраивается новое заведение. Ведущий программы шеф-повар Константин Ивлев утверждает, что все ремонтные работы производятся за одну ночь. В эфире канала — с июня 2016 года. Чтобы шеф с командой приехали именно в ваше заведение, нужно оставить заявку на участие. Часто случается, что Константин приезжает неожиданно и человек, который пожелал изменить заведение, остается в тени до самого приезда команды и съемочной группы. На один ресторан отводится четыре дня: в первый команда заведения должна принять Ивлева и команду, накормить их и оставить довольными. Во второй день организуется полная посадка в зале, отслеживается слаженность работы команды (обычно на этом этапе обеспечить гостей блюдами практически невозможно) и по окончании рабочего графика производится разбор полетов. Третий день — ремонтный. Четвертый посвящен уже новому заведению

и полной посадке, где обеспечить гостей заказами достаточно просто. Примечательно, что подавляющее число уже переформированных заведений — спортбары или рестораны быстрого питания. «На ножах», как и многие отечественные программы, является аналогом шоу известного шеф-повара Гордона Рамзи под названием «Kitchen Nightmares». Периодичность выхода новых выпусков — один раз в неделю (премьерные сезоны), повторов — два-три раза в неделю. Хронометраж — 50–60 минут без учета рекламы.

Программирование канала «Пятница!» вполне ожидаемое — сетка вещания в большей степени оснащена программами развлекательного характера. Исходя из анализа эфирных сеток, можно сделать вывод о рейтингах и предпочтениях аудитории телеканала. Наибольшей популярностью пользуются программы «На ножах», «Кондитер» и «Битва шефов». Трансляция этих программ практически ежедневная, а стандартно один день в неделю (бывает больше или меньше) каждая передача занимает эфирную сетку на весь день, включая прайм-тайм. Кулинарному шоу «На ножах» один-два раза в неделю выделяется сетка всего дня (обычно — среда, четверг или их совокупность).

На «Пятнице!» также есть новости. Правда, выходят они поздно ночью и глобальные новости обычно не охватывают, отдавая предпочтение сообщениям из мира моды и знаменитостей. По пятницам (вечером) и все воскресенье транслируются фильмы, причем преимущественно иностранного производства.

Канал «Пятница!» с момента основания и по сей день ведет круглосуточную трансляцию.

В процентном соотношении реклама занимает 25 % эфирного времени шоу или фильма. Общий часовой объем рекламы обоих показателей, исходя из подсчетов, — 29–30 часов из 168 (17,6 %).

Собственная информационная программа у канала одна — «Пятница News», хронометраж одного выпуска — 30 минут. Периодичность — 5 раз в неделю (кроме понедельника и воскресенья). Вы-

ходит поздно ночью (01:00). Общий хронометраж — 150 минут или 2,5 часа.

Фильмы транслируются два раза в неделю: в пятницу вечером и весь день в воскресенье. Общий хронометраж — 960 минут или 16 часов. Сериалы показывают всю неделю: российские — с понедельника по четверг (21:30–22:00), зарубежные — ежедневно ночью (01:30–03:00). Общий хронометраж — 2040 минут или 34 часа.

Развлекательные программы (трэвел-гиды, кулинарные, соревновательные) выходят ежедневно. Хронометраж — 45–75 минут. Транслируемые развлекательные шоу в настоящее время: «Еда, я люблю тебя», «На ножах», «Битва шефов», «Умный дом», «Адский шеф», «Утро Пятницы», «Мамы Пятницы», «ТикТок талант». Общий хронометраж — 7260 минут (121 час).

«Пятница!» ведет трансляцию круглосуточно, без перерывов на ночь (или на день). Недельный рекламный показатель находится на уровне 30 часов (17,6 %).

Программная сетка в большинстве своем занята развлекательными (чаще трэвел и кулинарными) передачами: ежедневно по 15–20 часов в любое время суток. Кроме шоу, канал транслирует сериалы как российские (вечером в 21:30 четыре раза в неделю), так и зарубежные (поздно ночью каждый день в 01:30). В меньшей степени показывают фильмы иностранного производства: дважды в неделю (пятница и воскресенье) по три-шесть за раз с хронометражем приблизительно два часа каждый, информационную программу «Пятница News» — поздно ночью (01:00) пять раз в неделю (кроме воскресенья и понедельника), ток-шоу «ДНК-ШОУ» — раз в неделю по воскресеньям вечером с 22:35 до 23:40 (два выпуска по 30 минут), а также документальные фильмы, заимствованные у британского канала «BBC», которые транслируют по выходным утром (три фильма по 60 минут). Наиболее востребованные программы: «Орел и решка», «Мир наизнанку», «На ножах». Два из трех шоу — украинского производства. Рекламная доля в одно выпуске — 25 %. Если программа длится

60 минут, то реклама будет составлять 15 минут и чистый хронометраж шоу — 45 минут. Отмечено, что в шоу количество рекламных пауз равно пяти или шести за час эфирного времени, а в фильмах, где общий хронометраж два часа, — от семи до десяти. Общий часовой объем рекламной интеграции в неделю — приблизительно 30 часов.

Подводя итог, можно сказать, что с задачами телеканал справляется, придерживается своей цели. Часто производятся новые собственные проекты (на базе канала есть продюсерские центры «Ножи» и «Студия Пятницы!»).

Литература

Абрамов В. Г. Телевидение в российском медиапространстве: история, особенности и перспективы развития // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. Вып. 3. М., 2014. С. 129–135.

Самстыко А. Н. Трансформация российского телевидения в постсоветскую эпоху // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. Вып. 8. 2009. С. 102–107.

Дмитрий Александрович Курманов

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, Пирогова, 1
✉ kurmanov97@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-231-236

ХАРАКТЕРИСТИКА «ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА» СПОРТИВНЫХ ТРАНСЛЯЦИЙ В СИСТЕМЕ МЕДИАТЕКСТОВ (НА ПРИМЕРЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ, ПОСВЯЩЕННЫХ «ФОРМУЛЕ-1»)

С началом специальной военной операции 24 февраля 2022 г. против Российской Федерации ввели рекордное количество санкций, затрагивающих основные аспекты внешнеэкономической деятельности страны: энергетика, финансы, металлургия и т. д. Не исключением стал и спорт, например, отменили и перенесли в другие страны финал Лиги чемпионов по футболу (должен был состояться в Санкт-Петербурге), этап «Формулы-1» в Сочи и чемпионат мира по волейболу [1].

Вполне ожидаемо, что под санкции попадет и основной спортивный вещатель страны — группа телеканалов «Матч ТВ» (из-за санкций против «Газпрома» и «Газпром Медиа» соответственно). Так, в одностороннем порядке были разорваны контракты на показ мно-

[1] Какие спортивные соревнования перенесли из России. URL: https://tass.ru/sport/13864195 (дата обращения 10.10.2022).

© Д. А. Курманов, 2022

жества спортивных соревнований: футбольные чемпионаты Франции, Нидерландов, Португалии и Шотландии, кубки Англии и Франции, матчи южноамериканского отбора на чемпионат мира, а также чемпионат «Формулы-1». Английская Премьер-лига приостановила действие 6-летнего контракта с «Матч ТВ». В результате потери прав на трансляции аудитория телеканалов суммарно упала в 6 раз[2].

Однако, запрос на спорт высоких достижений, в том числе и зарубежный, у аудитории как был, так и остался, ведь это не просто вид человеческой деятельности, а полноценный социальный институт, феномен культуры и одна из сфер общественного интереса. Зрители начали массово искать альтернативные варианты просмотра спортивных событий, и закрывать эту потребности стали тематические и авторские блоги «параллельно импортируя» (ретранслируя без согласования с правообладателем) прямые эфиры соревнований на отечественных онлайн-площадках — «Rutube», «ВКонтакте», «Одноклассники» и «Telegram».

Отсюда и вытекает цель — выделить характеристики «параллельного импорта» спортивных трансляций как части системы медиатекстов на примере материалов русскоязычных сообществ, посвященных «Формуле-1».

Теоретики медиаисследований понимают под медиатекстом «сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и др.)» [Федоров, 2001. С. 38] или же «текст, принадлежащий массовой информации, характеризующийся особым типом автора, специфической текстовой модальностью, рассчитанный на массовую ау-

[2] «Всегда было загадкой: зачем смотреть то, что бесит?» Как теперь живет «Матч ТВ». URL: https://www.championat.com/football/article-4826305-generalnyj-prodyuser-match-tv-aleksandr-taschin-intervyu-translyacii-apl-chempionat-mira-est-tema-medialiga.html?utm_source=copypaste (дата обращения 10.10.2022).

диторию» [Солганик, 2005. С. 15]. Однако приведенные определения не объясняют специфику медиатекста, созданного в рамках тематического блога (т. е. группой энтузиастов, а не полноценным СМИ), несмотря на тот факт, что анализируемые сообщества по большому счету отличаются от традиционных и интернет-СМИ лишь отсутствием регистрации в государственных органах.

В связи с этим в данном исследовании мы будем опираться на лаконичное определение, выдвинутое С. И. Сметаниной, которое учитывает все средства массовой коммуникации, включая и Интернет: «Медиатекст — это произведение информационного или художественного характера, созданное для трансляции средствами массовой коммуникации (статья, фильм, радио/телепередача и т. д.)» [Сметанина, 2008. С. 72].

Вопрос выделения характерных признаков медиатекста изучали многие исследователи, такие как Добросклонская, Солганик, Рождественский, Волков, Артамонова и др. На основе их работ М. Ю. Казак выделила следующие сущностные признаки медиатекста [Казак, 2012. С. 31–33], через призму которых мы проанализируем эмпирическую базу исследования:

– особый тип и характер информации;

– вторичность текста;

– производство на поток, одноразовость, невоспроизводимость, сиюминутность, быстротечность информации;

– смысловая незавершенность, открытость для многочисленных интерпретаций;

– поликодовость текста;

– медийность;

– многофункциональность массовых коммуникаций;

– коллективное производство текстов, где часто автор — собирательный образ команды людей, создающей медиапродукт;

– массовая аудитория, вступающая в опосредованное, социально ориентированное общение;

– особый характер обратной связи.

В качестве эмпирической базы исследования выступают «пиратские» трансляции сезона «Формулы-1» 2022 года, проведенные 5 крупнейшими русскоязычными сообществами: «Гаснут огни»[3] (157 тыс. подписчиков), «Simply Formula»[4] (109 тыс. подписчиков), «Stanizlavskiy»[5] (65 тыс. подписчиков), «Вселенная Формулы-1»[6] (15 тыс. подписчиков) и «Формула для всех»[7] (11 тыс. подписчиков). Выбор данных блогов обусловлен, во-первых, их популярностью и наличием массовой аудитории, во-вторых, разными подходами к организации своих собственных трансляций, и, в-третьих, тем, что вышеупомянутые сообщества по большому счету являются единственными «креаторами» русскоязычных трансляций по «Формуле-1» и другие сообщества и сайты просто используют их материалы (зачастую без указания источника).

Исходя из того, что первоисточник трансляции у сообществ одинаковый, трансляции этапов «Формулы-1», созданные компанией «F1TV Productions», можно классифицировать эмпирическую базу по способу подачи контента:

– ретрансляция, т. е. сохранение оригинального источника сигнала без изменений;

– аудиотрансляция, обсуждение в прямом эфире событий, происходящих на трассе;

– классическая ТВ-трансляция с соблюдением всех традиций и правил телевизионного репортажа в прямом эфире;

---

[3] Гаснут огни. URL: https://vk.com/gasnutognif1 (дата обращения 11.10.2022).

[4] Simply Formula | Формула-1 | Автоспорт. URL: https://vk.com/simply_formula (дата обращения 11.10.2022).

[5] Stanizlavsky. Формула 1 | Автоспорт. URL: https://vk.com/stanizlavsky (дата обращения 11.10.2022).

[6] Вселенная Формулы-1. URL: https://vk.com/universe_of_f1 (дата обращения 11.10.2022).

[7] Формула для всех // Формула Один. URL: https://vk.com/f1forall (дата обращения 11.10.2022).

– трансляция в формате «картинка в картинке», когда зритель не только слышит комментатора, но и видит его реакцию на происходящее;

– трансляция в формате стрима, когда авторы активно взаимодействуют с аудиторией, собирают пожертвования, отвечают на вопросы из чата.

Проанализировав эмпирическую базу исследования через призму сущностных признаков медиатекста, можно сделать вывод о том, что все трансляции, организованные в сообществах, являются медиатекстами, за исключением материалов блога «Вселенная Формулы-1», так как он, по сути, никак не изменяет первоисточник, не привносит в него никаких новых мультимедийных элементов. Он является лишь очередным каналом коммуникации, способом доставки сигнала до зрителя (пусть и нелегальным). Оригинальная трансляция, созданная коллективом «F1TV Productions» — медиатекст, а ее ретрансляция без каких-либо изменений на другой площадке таковым не является.

Касаемо остальных анализируемых блогов, их суть и содержание полностью коррелируется с определением медиатекстов, приведенным ранее. И даже, несмотря на то, что в них не всегда прослеживается абсолютно все сущностные признаки медиатекстов, они все равно ими являются в полной мере. Так, например, трансляции в сообществе «Гаснут огни» лишены медийности, так как выбор канала — видеотрансляция не соответствует формату текста, ведь авторы обсуждают голосом происходящее на недоступной для зрителей оригинальной трансляции (т. е. по сути, это просто аудиоэфир без визуального ряда). Или же трансляции сообщества «Simply Formula» лишены поликодовости: к оригинальной трансляции автор добавил лишь свой голос, а титры, инфографика, радиопереговоры — элементы оригинального источника сигнала, созданного «F1TV Productions».

Необходимо отметить, что общим, «непрослеживаемым» признаком всех анализируемых трансляций в сообществах стала сиюминутность и одноразовость контента. Для удобства подписчиков и повышения охватов все авторы сохраняют записи трансляций, которые,

в свою очередь, уже являются самостоятельным типом медиатекста. Также любопытным оказался и тот факт, что, хоть все анализируемые блоги позиционируют себя как авторские (т. е. за каждым сообществом стоит конкретный автор, который несет ответственность за его содержание и наполнение), за созданием трансляций стоит команда людей, отвечающая как за техническое сопровождение, так и осуществляющая редакторскую работу и помощь в модерации чатов.

Подводя итог, необходимо отметить, что каждая из анализируемых трансляций, созданных в анализируемых сообществах, является медиатекстом из-за наличия большинства из выделенных сущностных признаков медиатекста (за исключением материалов блога «Вселенная Формулы-1»). Даже отсутствие 1-2 характеристик, которые не прослеживаются на первый взгляд, не могут считаться достаточным для того, чтобы эфиры не считались медиатекстами. Добавляя и изменяя элементы в оригинальный источник сигнала, авторам сообществ удалось превратить чужой, «пиратский» контент в полноценные медиатексты, причем каждый из анализируемых блогов использовал свои уникальные способы подачи материала, заняв свою нишу среди аудитории. Данная тематика открывает возможности для дальнейших исследований, связанных, например, с изучением вопроса, в какой момент текст перестает быть простой ретрансляцией и становится самостоятельным продуктом и медиатекстом.

Литература

Казак М. Ю. Специфика современного медиатекста // Современный дискурс-анализ. 2012. № 1 (6). С. 30–41.

Сметанина С. И. Медиатекст в системе культуры / С. И. Сметанина. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2008. 382 с.

Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 7–15.

Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика / А. В. Федоров. Ростов н/Д : Изд-во: ЦВВР, 2001. 708 с.

Кирилл Дмитриевич Еремеев

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина
392036, Россия, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33
✉ yeremeev-2543@list.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-237-240

СМИ И ТЕНДЕНЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЗАВИСИМОСТИ ОТ НЕГАТИВНЫХ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ

Начало первого двадцатилетия XXI века можно характеризовать как время активных публикаций в информационном поле новостных сообщений, включающих преобладающую негативную информацию. Главными причинами, вынуждающими не только российские, но и мировые СМИ нарушить и без того сомнительный баланс положительного и отрицательного контента в своих публикациях, стали такие факторы воздействия на жизнь общества в последние годы как: пандемия вируса COVID-19 и его последующих штаммов, мировая непрекращающаяся кризисная ситуация, крайняя мировая политическая нестабильность.

Приведенные выше факторы объясняют количественное соотношение биполярного контента: новостные сообщения положительного характера теряются в большем потоке отрицательных информационных сводок. Однако, рассматривая данное явление, также необходимо учитывать базовую привлекательность тех статей, постов и эфиров, которые содержат громкую, то есть концентрирующую

© К. Д. Еремеев, 2022

внимание информацию. Поэтому обоснованное и ограниченное присутствие в медиапространстве сцен насилия, убийств, различного рода жестокости, несправедливости жизни и антиутопичных событий отчасти обусловлено представлением общественного интереса [Руденко, 2014. С. 109]. Негативный тон является определяющей чертой новостей; хорошие новости, напротив, почти синонимичны отсутствию новостей [Soroka, Fournier, Nir, 2019. С. 1].

В отечественном и мировом медиадискурсе последние годы стали фундаментом становления таких неологизмов как «думскроллинг» (произошло от английских «doom» — сущ., роковой конец, гибель; «scroll» — глаг., прокручивать вверх) и «думсерфинг» (произошло от английских «doom» — сущ., роковой конец, гибель; «serf» — глаг., бродить по Интернету) [Леонтьева, Щетинина, 2021. С. 154]. «Думскроллинг/думскролинг», сущ., м. или «думсерфинг» — привычка просматривать ленты новостей в Интернете в поисках негативной информации [Там же]. Привычка основывается на желании пользователя медиаресурса во время кризиса и неопределенностей в медиапространстве найти ответы на интересующие вопросы и понять всю серьезность ситуации при игнорировании таких возникающих чувств, как злость, грусть и беспокойство.

Следует отметить, что данный феномен затрагивает текстовые интернет-медиаресурсы из-за специфики поглощения новостной информации. Однако в гораздо меньшей мере описанное выше явление также относится и к радио- и телеканалам коммуникации.

Трата обществом чрезмерного количества времени на просмотр негативных новостей в определенной степени присутствовала на протяжении всей истории развития СМИ и журналистики. Однако в результате совершенствования коммуникационных технологий феномен и сам термин, «doomscrolling», приобрел широкую популярность во время начала пандемии COVID-19 и не теряет своей актуальности в контексте событий 2022 года. Постепенно в социальных

медиа термин «думскроллинг» начал использоваться в отношении любых негативных новостей.

Переизбыток негативной и тревожной информации, получаемой в течение длительного срока большими объемами из множества источников, может воздействовать на состояние читателя. Некоторые люди жертвуют отдыхом, сном, общением и близкими — только чтобы продолжать листать новости и получать новые порции негатива [Плохого…].

По мнению психолога Джейд Ву, бесконечный просмотр негативных новостей очень похож на генерализированное тревожное расстройство (ГТР). Поскольку ГТР сопровождается такими частыми проблемами, как мышечное напряжение, усталость и депрессия, Ву считает, что «аналогичные эффекты» могут возникать и у «думскроллеров» [Что…].

По мнению психотерапевта Тесс Бригам, те люди, кто борется с тревогой или связанными с ней расстройствами (к ним могут относиться паническое расстройство, посттравматическое расстройство, обсессивно-компульсивное расстройство и социальное тревожное расстройство), особенно склонны к «думскроллингу», потому что это связанно с «отсутствием контроля» [What…].

Феномен склонности общества к увеличению просмотра негативных информационных сообщений объясняется с биологической точки зрения. На протяжении всего человеческого эволюционного пути предварительное изучение опасности в критический момент могло спасти жизнь. Поэтому в современных реалиях, когда человек собирает негативную информацию, он на подсознательном уровне надеется повысить свою бдительность, чтобы впоследствии подготовиться к неприятностям и обрести контроль над ситуацией Обычно такой подход помогает выжить, но когда негативных новостей становится слишком много, он начинает давать противоположный эффект. Люди заходят в Интернет, испытывая так называемую «потребность в заверениях». Они надеются уменьшить свое

беспокойство, но погружение в поток негативных новостей только усиливает его.

Литература

Леонтьева Т. В., Щетинина А. В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века / Т. В. Леонтьева, А. В. Щетинина. Екатеринбург : Ажур, 2021. С. 154.

Плохого понемножку // iz.ru. 2022. URL: https://iz.ru/1323125/daria-troshina/plokhogo-ponemnozhku (дата обращения 15.10.2022).

Руденко М. О. Негативная медийная информация и ее влияние на человека // Медиаобразование. 2014. № 2. Cyberleninka. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/negativnaya-mediynaya-informatsiya-i-ee-vliyanie-na-cheloveka/viewer (дата обращения 12.10.2022).

Что такое думскролинг? Почему мы читаем плохие новости и не можем остановиться // port-mone.tv. 2021. URL: https://port-mone.tv/chto-takoe-dumskroling-pochemu-my-chitaem-plohie-novosti-i-ne-mozhem-ostanovitsya/ (дата обращения 15.10.2022).

Soroka S., Fournier P., Nir L. Cross-national evidence of a negativity bias in psychophysiological reactions to news // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2019. P. 1. URL: https://www.pnas.org/doi/full/10.1073/pnas.1908369116 (дата обращения 12.10.2022).

What is doomscrolling? // verywellmind.com. URL: https://www.verywellmind.com/what-is-doomscrolling-5088882 (дата обращения 15.10.2022).

Олеся Владимировна Фарберович

Россия, г. Ростов-на-Дону
независимый исследователь
✉ ladyovlada@yandex.ru

Олег Вениаминович Фарберович

Тель-Авивский университет
69978, Израиль, Тель-Авив
✉ olegvfarberovich@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-241-247

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ИДЕИ КВАНТОВЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ И КВАНТОВЫХ КОМПЬЮТЕРОВ (ПО СТРАНИЦАМ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ЖУРНАЛОВ «МАКС ПЛАНК ФОРШУНГ» (ГЕРМАНИЯ) И «ТЕХНИОН» (ИЗРАИЛЬ) С 2007 ПО 2017 гг.

В XXI столетии квантовая физика превращается в увлекательную область исследований, особое внимание в которой уделяется квантовым вычислениям, а именно — квантовым компьютерам. Работа нового класса таких сложных устройств основана на законах квантовой механики, а потому подобные задачи не под силу классическим компьютерам. Квантовый компьютер выполняет множество вычис-

© Олеся В. Фарберович, Олег В. Фарберович, 2022

лений одновременно, что повышает производительность системы, хотя пока обработка информации ограничена ее скоростью и количеством.

В квантовой гонке активно участвует Израиль (с этого года государство пополнило число членов элитного клуба создателей квантовых компьютеров) и Германия. Перед специалистами академического сообщества тайны мира квантовых вычислений предстают как вызовы, а каждое исследование — это новая научная история. Так, ученые из Технологического института Технион (Израиль) и научно-исследовательского общества Макса Планка (Германия) занимаются поиском ответов на самые разные вопросы. Какие ресурсы необходимы для выполнения эффективного алгоритма, определяющего вычислительную сложность в компьютерной теории? Как устранить возникающие помехи? Какова степень свободы кодирования информации? Ведь «интерес, окружающий квантовые вычисления, в основном объясняется тем фактом, что они предположительно смогут сократить вычислительную сложность некоторых задач… Привести к новым достижениям и в традиционных вычислениях!» [Химено-Сеговиа, Херриган, Джонстон, 2021. С. 328]. В этой связи научная журналистика не только нацелена отобразить современные достижения в познании учеными квантового мира и объединить единомышленников в условиях интеграции наук, но и стать мотивирующим фактором к критическому и образному мышлению любопытного читателя.

В эмпирическую базу данного исследования вошли научно-популярные журналы «Макс Планк Форшунг» и «Технион» (с 2007 по 2017 гг.), выпускаемые научно-исследовательским обществом Макса Планка и Технологическим институтом Технион и активно популяризующие и продвигающие квантовые технологии. Релятивистский метод, основанный на сравнении достижений разных научных школ [Farberovich, 2016. С. 73], позволяет рассматривать спектр их научных направлений, в частности, траекторию идей в сфере квантовых вычислений Германии и Израиля.

Данная тема освещается в разных рубриках израильского и немецкого журналов. Например, «Макс Планк Форшунг» представляет исследования через «Спектрум», «Перспективы», «Фокус»/Мир квантов», «Физика/Астрономия/Квантовая оптика», «Фокус/Электроника будущего», а «Технион», в свою очередь, — через «Исследования и разработки», «Новости», «Награды».

В израильском журнале материал подается через описание сути конкретного проекта/исследования, может быть гиперссылка на научную публикацию, а немецкие журналы, раскрывая смысл понятий, составляющих основу квантовой механики (есть глоссарий терминов, например: фермион, квантовое состояние, куперовская пара, бозоны, кубит, тензорная сеть, запутанность и т. п.) более развернуто и популярно описывают теоретическую модель и результаты проводимого эксперимента.

В контенте обоих изданий эксперт, работающий в области квантовых вычислений, действует либо в рамках рабочей группы института, либо в поле межинститутской или международной коллаборации, причем это как молодой ученый, так и опытный исследователь. Например, в немецком журнале для новичка в науке, увлеченного квантовой механикой, быть физиком — значит развивать интуицию. Ученый старшего поколения отмечает, что для квантовых физиков в обществе Макса Планка есть главное — свобода для долгосрочных проектов и условия для разных исследовательских идей. В «Технионе» квантовый физик — специалист, работающий на стыке наук, который не боится выходить за рамки классических представлений науки, чтобы получать совершенно новые устройства, имеет независимое мышление и уверенность в том, что сможет внести свой вклад в исследования; часто работает под эгидой Института нанотехнологий имени Р. Берри или сотрудничает с зарубежными учеными. В совокупности создается образ современного ученого-энтузиаста, для которого научная работа в сфере квантовых вычислений — погружение в новую об-

ласть с совершенно невообразимыми правилами и неизученными до конца перспективами.

В качестве визуальной составляющей материалов в обоих изданиях выступают графическое и фотографическое изображения. Есть инфографика с пояснительным текстом, научные и документальные снимки из лаборатории, микросъемка (в большем количестве качественные цветные иллюстрации представлены в журнале «Макс Планк Форшунг»).

Условно предметный интерес немецких и израильских ученых можно разделить по роду решения исследовательских задач. Поскольку квантовая система может находиться сразу во всех возможных состояниях, то нужно определить лучший вариант для квантового компьютера. В этой связи специалисты ищут эффективные способы и подходящие ресурсы, необходимые для реализации квантовых вычислений. Здесь наблюдается довольно большое число новаторских предложений, которым посвящен ряд новостных заметок или пресс-релизов.

Например, физики из Института квантовой оптики Общества предлагают так называемую квантовую ручку для отдельных атомов. Спин атомов (вращение) в оптическом кристалле можно целенаправленно изменять, так что они могут служить квантовыми битами, что дает возможность записать данные в отдельные атомы. Такая работа открывает новые пути исследования квантовых процессов для квантового компьютера. Или еще, их коллеги представили квантовый транзистор, который может обрабатывать огромные объемы данных и обещает быть надежным в квантовых компьютерах. Израильские ученые, занимающиеся исследованием квантовой оптики на основе полупроводниковых наноразмерных структур, представили новаторскую работу — квантовый пулемет для квантовых вычислений (устройство размером в несколько десятков нанометров из полупроводникового материала, встроенного в другой полупроводник).

Другое направление журнальных материалов, посвященных теме квантовых вычислений, — поиск особых квантовых языков программирования и компьютерных программ. Речь о том, что ученые строят простую версию универсального квантового компьютера — квантовый симулятор (для описания взаимодействия атомов) — и проверяют, как работает система. Так, немецкие ученые осуществили тестовый запуск квантового симулятора, рассмотрев атомы рубидия, и ожидают, что он правильно воспроизведет физические процессы, где обычные компьютеры терпят неудачу (в силу чрезвычайно сложных компьютерных расчетов). Любопытно, что израильский журнал сообщил о присуждении Премии Харви (основана в 1972 году как мост доброй воли между Израилем и народами мира) немецкому ученому из Института квантовой оптики Общества, чья тема — квантовые симуляторы с использованием холодных атомов, запертых в световых решетках.

Третье направление исследований квантовых физиков — устранение чувствительности квантового компьютера к помехам и разрешение проблемы устранения квантового шума. Хотя квантовым компьютерам не обязательно производить вычисления без ошибок, чтобы получать безошибочные результаты — им просто нужно надежно исправить свои ошибки. Так, международная команда во главе Института исследований твердого тела в Штутгарте нашла возможный вариант. В простом квантовом регистре физики выполнили логическую операцию (вентиль), что способствовало выявлению ошибок в квантовых вычислениях и одновременному их исправлению.

Наконец, еще один немаловажный вектор научных интересов квантовых физиков — узнать предел и потенциал квантовых технологий и квантовых компьютеров. Вопрос остается открытым, но уже сегодня можно однозначно утверждать, что они найдут свое применение. Так, ученые Института квантовой оптики в Гархинге размышляют о проблемах квантовой физики и отмечают, что известные знания о таких ключевых явлениях, как запутанность, суперпозиция

состояний, сверхпроводимость, сверхтекучесть, за последние годы изменились, и этот факт требует также философского осмысления, но определенно, что будущее принадлежит квантовым компьютерам. Однако эффекты квантовой физики не только свидетельствуют об экзотичности микромира, они также позволяют использовать совершенно новые подходы, например, в обработке информации. То есть большинство зарубежных исследователей приблизилось к видению того факта, что квантовые компьютеры решат очень сложные задачи квантовой физики. Тем не менее специалисты не ждут квантового компьютера в ближайшие несколько десятилетий. Сейчас главное — открыть новые явления в квантовой материи и разрешить нерешенные вопросы квантовой физики и физики твердого тела.

Отмечается, что у современной квантовой физики есть некоторые перспективы для приложений: квантовые компьютеры и симуляторы должны обрабатывать огромные объемы данных с молниеносной скоростью, но также помогут ускорить разработку новых лекарств, поиск материалов для энергетических технологий или создание революционных материалов. Методы квантовой информации и новые квантовые алгоритмы будут способствовать продвижению физики в других областях знания.

Таким образом, идея квантовых вычислений и квантовых компьютеров популяризируется, не поступаясь научными рамками, а именно — без мифологизирования научно-исследовательской деятельности в этой сфере. С ориентацией на конкретную аудиторную группу — потенциального ученого-единомышленника, научного журналиста либо продвинутого стороннего читателя — материал подается без упрощения, но вполне в доступной форме, подробно раскрывая уровень состояния разработки вопроса и обоснованность его необходимости, без сомнения, увлекая читателя, даже имеющего только базовые или поверхностные представления о квантовой физике. Формируя впечатления, что «квантовые вычисления — это удивительный сплав квантовой физики и информатики. Они включают в себя ряд

самых потрясающих идей из физики XX века и предлагают совершенно новый взгляд на компьютерные вычисления» [Бернхард Крис, 2020. С. 11–12].

Доминирующими аспектами в изучении квантовых вычислений становятся стремление выявить перспективные составляющие/ресурсы и явления квантовой материи либо выдвигаются альтернативные версии универсального квантового компьютера. Данный факт указывает на активизацию научных усилий и научных интересов в этом поле как немецкой, так и израильской научных школ. В большей степени это теоретические, иногда экспериментальные разработки, представляющие, как правило, чистую науку. Рассматривается вопрос о главной цели изучения квантовых алгоритмов — это попытка понять, для чего могут быть использованы квантовые компьютеры. Но между тем ответ не очевиден. То есть обозначены некие интуитивные представления ученых и ключевые концептуальные инструменты, над которыми идет реальная работа. Благодаря поиску новых явлений в наномире, исследователи могут представить себе потенциальные возможности компьютеров будущего и верят в прогностическую силу предложенных моделей.

Литература

Крис Б. Квантовые вычисления для настоящих айтишников / Б. Крис. СПб. : Питер, 2020. 240 с.: ил. (Серия «Библиотека программиста»).

Химено-Сеговиа М., Херриган Н., Джонстон Э. Программирование квантовых компьютеров. Базовые алгоритмы и примеры кода. СПб. : Питер, 2021. 336 с.: ил. (Серия «Бестселлер O'Reilly»).

Farberovich O. V. Interpretation of Modern Achievements of Science in Science Journalism by a Relativistic Method (on Materials of Magazines "Max Planck Forschung" (Germany) and "Technion" (Israel)) // Eastern European Scientific Journal. 2016. № 2. С. 72–78.

Юлия Сергеевна Позднякова

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ mostovichka@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-248-250

СИБИРСКАЯ НАУКА В СМИ (ЗА ПЕРИОД 2015–2020 гг.): ДИНАМИКА, ТЕМЫ, ПРОБЛЕМЫ

Исследование посвящено выявлению основных тенденций в сфере презентации науки в СМИ на материале публикаций об исследованиях, проводимых в институтах под научно-методическим руководством Сибирского отделения Российской академии наук. Данные получены на основе анализа отчетов компании «Медиалогия» и ГПНТБ СО РАН за период с января 2015 по август 2022 гг. по запросу «СО РАН» (краткая и сокращенная формы).

Анализ показал, что за исследуемый период количество публикаций выросло, хотя рост можно охарактеризовать как неравномерный: до 2017 года можно отметить значительный прирост количества материалов каждый год, в 2018 году наблюдается спад, а затем — замедление роста. Это соответствует общим тенденциям, касающимся материалов о науке в российских СМИ. Объем публикаций в федеральных СМИ фиксируется в районе 30 % (преимущественно интернет-СМИ), однако характерно постепенное увеличение доли агрегаторов и сай-

© Ю. С. Позднякова, 2022

тов, не производящих собственного контента среди федеральных источников информации. По сути, агрегаторы, технически собирающие контент с других сайтов, не являются СМИ, однако их появление и распространение можно объяснить необходимостью выполнения показателей эффективности в сфере научных коммуникаций, которые все еще могут быть основаны на количестве публикаций.

Для того, чтобы исследовать динамику тем, связанных с сибирской наукой, мы брали из отчетов информационный повод месяца, имеющий самый большой МедиаИндекс (внутренний показатель подготовленных отчетов, связанный с количеством перепечаток этого информационного повода, охватами СМИ, в которых он появился и рядом других показателей). Таким образом, всего в нашу выборку попали 92 темы, которые иллюстрируют изменение интереса к тем или иным сферам в течение исследуемого периода.

Первое, что необходимо отметить, — попавшие в выборку темы можно разделить на, условно говоря, научные и ненаучные. К ненаучным относятся преимущественно вопросы научно-административной политики, получение премий, сотрудничество с разными организациями и уголовные дела в отношении ученых. К научным мы отнесли информацию о результатах исследований, а также экспертные комментарии, где основное содержание сосредоточено на определенной сфере, где опрашиваемый эксперт работает как исследователь. Такие темы всегда присутствуют выборке, однако необходимо отметить, что их доля среди тем, которые освещались СМИ в течение года, возрастает, например, в 2020 году таких тем было 50 %, а в материале 2022 года (собранном с января по август) они преобладают. В общей совокупности тем, связанных с наукой, преобладают следующие направления: медицина (новые лекарства, методики лечения, диагностикумы и так далее) и научная политика (организационные решения, связанные с СО РАН, а также участие исследователей в работе различных объединений, инициированное властью региона или страны), следом идут уголовные дела в отношении ученых. Надо

отметить, что некоторые направления наук не представлены, например, из гуманитарной сферы представлена только археология. Здесь можно говорить как и об отсутствии интереса к этим дисциплинам со стороны СМИ, так и о преобладающем количестве исследований в Сибири в области естественных наук. Если посмотреть на изменение интереса со стороны СМИ к тем или иным информационным поводам, то можно отметить смещение фокуса от научных вопросов к административным и, в частности, к уголовным делам, однако 2020–2021 гг. по причине пандемии коронавирусной инфекции характеризуются вниманием к медицинской тематике.

Публикации о сибирских ученых также иллюстрируют общую проблему презентации темы науки в СМИ — отсутствие образов узнаваемых современных исследователей. В текстах преобладают те, кто занимает высокие административные должности. До 2018 года главным лицом СО РАН был председатель отделения: сначала академик Александр Леонидович Асеев, затем — академик Валентин Николаевич Пармон. С 2018 года в публикациях, связанных с сибирской наукой, преобладают упоминания Президента РФ Владимира Владимировича Путина, а также губернатора Новосибирской области Андрея Александровича Травникова.

Таким образом, основные тенденции, связанные с презентацией науки в СМИ: замедление количественного роста публикаций; трансформация интереса от научных проблем к научно-административным с сохранением стойкого интереса к медицинской тематике; преобладающие образы ученых связаны не с исследователями, а с администраторами и властью.

ЯЗЫКИ СМИ, МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС

Чжоу Хайянь

Пекинский университет
100871, Китай, г. Пекин, ул. Ихэюань, д. 5
✉ hyzh906@pku.edu.cn

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-251-255

ТЕКСТ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ В ГРАММАТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (ПРИЧАСТИЕ И ЕГО АДЪЕКТИВИРОВАННЫЕ ОМОНИМЫ)*

Большое внимание в русской лингвистике уделяется теме адъективации русского причастия, которая обусловлена гибридным характером совмещения признаков и глагола, и прилагательного [Калакуцкая, 1971; Буланин, 1976. С. 151–167; Бабайцева, 2000. С. 298–331; Котов, Мухина, 2019; Замятина, Сызранова, 2013]. В результате адъективации причастия образуются функциональные омонимы, которыми,

* Работа выполнена при финансовой поддержке Национального фонда социальных наук Китая, проект «Переходные явления в русских частях речи», № 18BYY233.

© Ч. Хайянь, 2022

по определению В. В. Бабайцевой [2000. С. 194, 198], являются совпадающие по звучанию этимологически родственные слова, относящиеся к разным частям речи. Причастия и их адъективированные функциональные омонимы часто встречаются в современных СМИ.

Материалом исследования служат отобранные в газетном подкорпусе национального корпуса русского языка (https://ruscorpora.ru/) тексты из «Аргументы и факты» 2020 года. Грамматические признаки поиска: причастие — полная форма. Всего было рассмотрено 481 документ и 2789 примеров (дата обращения 13.10.2022). В работе для анализа также был использован толково-грамматический словарь «Русский глагол и его причастные формы» [Сазонова, 1989].

Хотя в причастиях наблюдаются свойства глагола и прилагательного, но в зависимости от разных контекстов и синтаксической связи в них по-разному акцентируется глагольная или именная сущность. По мнению В. В. Виноградова [1947. С. 283], глагольность причастия напрягается, когда приходит в движение присущая соответствующему глаголу система глагольного управления, например: «По итогам встречи президент утвердил 11 апреля поручение, согласно которому, правительству РФ необходимо внести в законодательство изменения, *предусматривающие* включение стоимости продовольственных товаров, *передаваемых* на безвозмездной основе, в состав внереализационных расходов организаций» [Алиева-Хрусталёва, 2020]. В данном предложении глагольность подчеркивается через два обособленных причастных оборота.

Адъективация часто происходит, когда причастие исполняет функцию согласованного препозитивного определения, иными словами, у таких причастий обычно наблюдается утрата грамматического значения (вида, времени и залога) и усиливаются признаки прилагательного, например: «Многие перестраиваются на *удаленную* работу, хотят купить ноутбук и организовать рабочее место» [Что ищут …, 2020]. Препозитивное согласованное употребление «удаленный» исполняет функцию именно прилагательного.

Следует также отметить, что при адъективации большую роль играет лексическое значение причастий, в них часто кроется сема характеристики человека или предмета и таким образом создается «вторичное адъективное лексическое значение» [Сазонова, 1971. С. 106], например: «Наиболее *обездоленный* слой населения — 46 млн пенсионеров, средний размер пенсий которых около 14 тысяч руб.» [Аганбегян, 2020]. В данном предложении словоформа «обездоленный», имея лексическое значение «лишенный самого необходимого, находящийся в тяжелом, бедственном положении» и употребляясь в качестве прилагательного, в предложении описывает слой населения. Можно сказать, без семантического переосмысления не было бы речи об адъективации.

В текстах современных СМИ используется огромное количество омокомплесов причастия и адъективированных причастий, их частеречный статус и лексическое значение определяются в конкретном предложении. Сравним:

1) «Например, Германия предлагает компенсации работникам, *вынужденным* трудиться неполное рабочее время» [Щапов, 2020] (причастие);

2) «*Вынужденный* домашний карантин — отличный повод научиться правильно организовать и спланировать свое время» [Борта, 2020] (прилагательное).

Следует отметить, что в текстах современных СМИ часто встречаются устойчивые словосочетания с адъективированными причастиями. Некоторые из них уже превратились в образования терминологического характера [Колочкова, 2011. С. 11], такие как *вооруженные силы, населенные пункты, упрощенный порядок*, *так называемый, скрытый заработок, текущий год, сложившаяся обстановка, удаленный доступ*. В таком случае актуализируются признаки прилагательного. Например: «Сергей Собянин подчеркнул, что достигнут *так называемый* эффект “сглаживания”, недопущения взрывного роста заболеваемости на этом этапе» [Миронова, 2020];

«Мы планировали его запустить 1 сентября, но из-за *сложившейся обстановки* пока не знаю, сможем ли выдержать этот график» [Зачем …, 2020].

Определение грамматического статуса причастий и их адъективированных функциональных омонимов во многом зависит от лексического значения, синтаксической функции и степени реализации синтаксических связей этих слов.

Литература

Аганбегян А. Экономика на карантине. Перед каким выбором сегодня стоят главы регионов // Аргументы и факты. 24.04.2020. URL: https://aif.ru/money/economy/ekonomika_na_karantine_pered_kakim_vyborom_segodnya_stoyat_glavy_regionov.

Алиева-Хрусталёва А. Почему у нас проще уничтожить продукты, чем раздать бедным? // Аргументы и факты. 26.04.2020. URL: https://aif.ru/money/opinion/pochemu_u_nas_proshche_unichtozhit_produkty_chem_razdat_bednym.

Бабайцева В. В. Явления переходности в грамматике русского языка / В. В. Бабайцева. М. : Дрофа, 2000. С. 640.

Борта Ю. Как готовиться к ЕГЭ? Советы школьникам, оставшимся в самоизоляции // Аргументы и факты. 17.04.2020. URL: https://aif.ru/society/education/kak_gotovitsya_k_ege_sovety_shkolnikam_ostavshimsya_v_samoizolyacii.

Буланин Л. Л. Трудные вопросы морфологии / Л. Л. Буланин. М. : Просвещение, 1976. С. 208.

Виноградов В. В. Русский язык — грамматическое учение о слове / *В. В.* Виноградов. М.-Л. : Учпедгиз, 1947. С. 783.

Замятина И. В., Сызранова Г. Ю. Семантическая природа причастных форм: глагольность, адъективность, субстантивность // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2013. № 3. С. 118–127.

Зачем «Мосфильму» свой телеканал? // Аргументы и факты. 21.04.2020. URL: https://aif.ru/culture/movie/zachem_mosfilmu_svoy_telekanal.

Калакуцкая Л. П. Адъективация причастий в современном русском литературном языке / Л. П. Калакуцкая. М. : Наука, 1971. С. 227.

Колочкова О. В. Адъективированные реализации причастий в современном русском языке. Автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. филол. н. СПб. : 2011. С. 28.

Котов А. А., Мухина Е. А. Проблемные зоны русской грамматики в аспекте преподавания русского языка как иностранного // Вестник Череповецкого государственного университета. 2019. № 5. С. 135–146.

Миронова С. Эффект «сглаживания». Как в Москве усилили меры борьбы с коронавирусом? // Аргументы и факты. 22.04.2020. URL: https://aif.ru/moscow/effekt_sglazhivaniya_kak_v_moskve_usilili_mery_borby_s_koronavirusom.

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М. : АЗЪ Ltd, 1992. С. 172.

Сазонова И. К. Русский глагол и его причастные формы : толково-грамматический словарь. М. : Русский язык, 1989. С. 587.

Сазонова И. К. Семантический фактор в формировании вторичного лексического значения слова // Вопросы языкознания. 1971. № 6. С. 99–108.

Что ищут в интернете на самоизоляции? // Аргументы и факты, 24.04.2020. URL: https://aif.ru/society/web/chto_ishchut_v_internete_na_samoizolyacii.

Щапов М. Где взять денег, чтобы пережить эпидемию? // Аргументы и факты. 09.04.2020. URL: https://aif.ru/money/opinion/gde_vzyat_deneg_chtoby_perezhit_epidemiyu.

Александр Владимирович Гимельштейн

Иркутский государственный университет
664003, Россия, г. Иркутск, ул. Карла Маркса, 1
✉ gimel68@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-256-260

МЕДИА КАК ПРОСТРАНСТВО КОНФЛИКТА В ПРОЦЕССЕ ТОПОНИМИЧЕСКОЙ РЕСТАВРАЦИИ В ИРКУТСКЕ

В мае 2016 года в Иркутске начался острый конфликт, связанный с постановлением мэра города, принятом по инициативе городской комиссии по топонимике. Был сформирован пакет решений о возвращении улице Боградa имени Чудотворская, присвоении скверу у здания компании «Востсибуголь» наименования «Тихвинский», площади, расположенной у правительства Иркутской области, — имени графа Сперанского, а также переименовании остановки «Гостиница Ангара» в «Площадь графа Сперанского».

Топонимические памятники организуют культурно-историческое пространство местности, в которой бытуют, подчеркивают ее уникальность и своеобразие, обеспечивают историческое преемство, свидетельствуют о древности и историчности окружающей их среды, фиксируют события, запечатлевают утраченные городские объекты, особенности рельефа, имена и занятия жителей. [Снарский, 2015].

В 1920 году 44 из 185 существовавших тогда иркутских улиц в один день получили новые имена. В дальнейшем эти изменения

© А. В. Гимельштейн, 2022

продолжились. Массовые переименования шли в это время по всей стране — победители закрепляли имена своих героев и свои идеалы в местных топонимах. Тем самым страница, связанная с дореволюционными названиями городских объектов, была перевернута. Стоит отметить, что для многих губернских, да и уездных городов до прихода советской власти была характерна оригинальная топонимика. Специфической особенностью Иркутска были купеческие топонимы. Конечно, такая практика свойственна не только данному городу, потому что нередко наименование улицы шло от собственника крупного магазина. В Иркутске тоже такое случалось, но чаще это были «наградные» названия. Иркутское купечество славилось своей филантропией. Средства, которые оно отправляло на благотворительные цели, выделялись, как правило, не на меценатство — поддержку культуры, искусства и науки, а на дома призрения, учебные заведения и социальные нужды. У нас есть некая недооценка масштабов благотворительности той эпохи, несравнимых с современными объемами спонсорства. Среди иркутских купцов были те, кто потратил на благотворительные цели миллион рублей, когда стоимость одного пуда (16 килограммов) муки была 36 копеек ассигнациями. Подобная практика поощрялась императорским правительством. За благотворительную деятельность купцов награждали орденами и высокими чинами по Табели о рангах, а городское сообщество называло в их честь улицы. Таких улиц было множество, что и образовало иркутскую «особость», поскольку такая топонимика была абсолютно оригинальной.

Советский Иркутск после 1920 года строился и расширялся, а значит, советская топонимика появлялась и естественным порядком. Так, улицы в поселке энергетиков назывались в честь энергетиков. Как и по всей стране, в нем стали появляться улицы, названные в честь ученых, писателей, деятелей искусств. Всё это сформировало советскую топонимику, в которой были интересные элементы, и, безусловно, она также имеет настоящую историческую ценность.

Поэтому если говорить о топонимической реставрации (именно этот термин здесь будет наиболее уместен), то ее резонно применять исключительно к историческому центру столицы Прибайкалья. Именно здесь исторические названия являются памятниками истории и культуры. Существует масса законодательных актов, защищающих памятники архитектуры, но, к сожалению, совсем нет законодательства, охраняющего топонимические памятники. Вместе с тем у топонимистов, историков и краеведов вообще нет никакой дискуссии, являются ли топонимы памятниками и культурной ценностью. Это признанный факт.

В Иркутске как минимум с 1960-х годов существует активное общественное движение по сохранению культурных памятников. Безусловно, в такой среде не могла не возникать тема городской топонимики. Проблематика проявлялась и в подцензурной советской прессе, не воспринимаясь как «оппозиционная», скорее, как культуроведческая. В итоге историки, краеведы, деятели культуры пришли к концу XX и началу XXI века с определенной общей идеей восстановления ряда исторических топонимов.

Имело ли возвращение дореволюционных названий идеологический характер? Являлось ли очередным этапом борьбы белых и красных? Во всяком случае когда вышеупомянутый пакет решений был принят, левой стороной политического спектра он был воспринят исключительно так. Массмедиа в этом вопросе разделились. Принятые решения вызвали абсолютный политический коллапс в КПРФ, которая в то время находилась у власти в регионе. Прошел специальный пленум обкома КПРФ, который выдвинул категорическое требование об отмене этих решений, была сделана попытка организовать уличную протестную активность. Мэрия областного центра не поддалась давлению. Все решения устояли.

Спецификой рассматриваемого конфликта является то, что он имел ограниченный объем в части публичных действий — несколько попыток проведения пикетов и митингов по инициативе движения

«Суть времени» не стали событием даже в точках дислокации активистов. Одновременно уровень участия в этом конфликте местных и федеральных цифровых медиа, их деятельностный интерес и выраженная позиция были настолько велики, что сформировали парадокс: медиа назвали «топонимической войной» существо происходящих событий, в то время как правильнее было отнести этот хлесткий термин к дискурсу, сформированному самими цифровыми медиа.

Это вполне подтвердило исследовательский тезис о том, что в современных социальных конфликтах медиа играют самые разные роли: информаторов, соучастников, производителей социального конфликта. Они выступают и инструментом распространения конфликта, и пространством его существования, и средой его порождения [Вартанова, Дунас, Гладкова, 2021].

В «медиавойне» приняли участие цифровые ресурсы: ИрСити.ру ИА «Альтаир», ИА «Ирк.ру», БайкалИнфо, ИА «Красная весна», Иркутск Ньюс, Бабр.ру, ИА «Телеинформ», КП.ру, Ирк.АиФ.ру, ПримаМедиа.ру, РИА «ФедералПресс», ВСП.ру, КПРФ.ру, МК.ру, интернет-журнал «Мои года», ряд блогов на платформе «Живой журнал» и др.

Местные и федеральные медиа стали пространством конфликта, превратившись не просто в инструмент информирования, но в полноправного субъекта конфликта, способного усиливать или ослаблять его развитие [Байчик, 2020; Кинаш, 2017; Смирнова, Шкондин, 2021].

Литература

Байчик А. В. Массмедиа. Ценности. Конфликт / А. В. Байчик. СПб. : Изд-во РХГА, 2020. 248 с.

Вартанова Е. Л., Дунас Д. В., Гладкова А. А Медиа и конфликты: исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 4. С. 3–32.

Кинаш Ю. С. Роль СМИ и «новых медиа» в современных политических конфликтах // Вестник Московского государственного областного университета. 2017. № 4. С. 1–7.

Смирнова О. В., Шкондин М. В. Исследования медиа и журналистики в контексте конфликтологии: системно-теоретические аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 1. С. 5–21.

Снарский А. С. Топонимическая реставрация в Иркутске // Проект «Байкал». 2015. № 12 (46). С. 92–94.

Елена Владимировна Кушнаревич

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 66
✉ allena1771@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-261-264

ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ В АУДИОФОРМАТАХ НОВЫХ МЕДИА

Как строится современная публичная коммуникация? Медиа существуют сегодня в условиях, когда объем потребления информации растет, а количество свободного времени у аудитории уменьшается, изменяется общественная повестка дня. Наличие цифровой многоканальности современных медиа и влияние на них социальных сетей приводит к необходимости поиска новых форм предъявления контента и взаимодействия с аудиторий. Мобильность цифровой медиасреды способствует обращению к аудиоформатам, например, к популярному сегодня формату подкаста, который позволяет интересно представить контент и выстроить отношения с аудиторией.

Активное продвижение аудиоформатов в социальные сети можно наблюдать в последние полгода, особенно активно их адаптируют под свои нужды telegram-каналы.

Для анализа мы выбрали в Telegram подкасты трех основных типов: научно-популярный, аналитический, развлекательный. Это научно-популярный подкаст «Дотерра наука» компании — производи-

© Е. В. Кушнаревич, 2022

теля эфирных масел; аналитический подкаст о проблемах беременности и материнства «Валя, держись!» и развлекательные подкасты «Давай спросим у итальянца!» и «Полуостров» от языковой школы «Живой итальянский».

Надо отметить, что разделение по функциям в современных форматах условно, потому что и научно-популярный, и аналитический подкасты, как правило, носят и развлекательный характер. А развлекательные выполняют функцию скрытой или даже явной рекламы. Полифункциональность подкастов связана с тем, что telegram-каналы имеют не массовую, а локальную аудиторию, требующую четкой ориентированности на ее потребности и интересы. Это иллюстрирует одну из главных тенденций медиапотребления последних лет — медиааналитик Василий Гатов называет ее «возникновением информационных потоков по желанию потребителя». [Гатов, 2016. С. 208].

Аудиоконтент в социальных сетях сейчас популярен еще и потому, что аудитория может осуществлять параллельное медиапотребление — фоновое прослушивание позволяет, например, просматривать ленту социальной сети. А возможность отложенного прослушивания создает новые коммуникационные связи, когда в процессе создания контента участвует не только автор и слушатели в моменте прослушивания программы, но и слушатели в процессе обсуждения программы в комментариях. В итоге подкаст становится зачастую продуктом совместного творчества.

Это влияет на особенности речевого поведения участников медиадискурса, и аудиодискурса в частности. Н. Г. Нестерова говорит о том, что в современном аудиодискурсе сокращается дистанция между говорящим и слушателем. А массовый адресат превращается в участника информационного обмена. [Нестерова, 2015. С. 189].

Такая демократизация приводит к тому, что в подкастах telegram-каналов мы часто наблюдаем снижение спонтанности речевой коммуникации, снижение качества устной речи выступающих, заимствование из разговорной речи концепций речевого поведения

социально-бытовой сферы. В анализируемых нами подкастах мы встречаем: разговорные стратегии и тактики, неуважительный характер отношения к собеседнику (автор легко может перебить говорящего эксперта, держится с собеседником исключительно просто), установку на языковую игру и юмор. Например, в начале выпуска научно-популярного подкаста ведущий здоровается в шутливой манере: «Подкаст “Дотерра Наука” приветствует своих слушателей!» А в конце автор снова пытается пошутить: «Надеюсь, что мы не дали вам заскучать».

Присутствует разговорная, и даже просторечная лексика, сленг, чрезмерное вкрапление в речь иностранной лексики. Например: «Человек из будки (речь идет о полицейском) сказал, что две с половиной недели — это в общем-то “ОК!”» или «Я думал, что будет капец, а вышло вообще не капец!»

Речь выступающих эмоциональная и экспрессивно окрашенная. Например: «Класс! Мне нравится! Мне нравится потому, что нравится!»

Присутствует избыточность, конкретность, простота, вопросительные и восклицательные предложения, нарушение порядка слов в предложениях. Заметно изменение темпа и отчетливости речи, смещение интонации в сторону неофициального характера речи. И даже в научно-популярном подкасте когда используются в речи сложные понятия и термины, характерные для научного стиля, а дикция и голосовые данные ведущего как у классического диктора, — интонационно все упрощено, обращение к эксперту на «ты» и междометия разговорного стиля: «О чем будешь сегодня рассказывать?», «Об альдегидах», «Опа!.. Боюсь мне о них нечего сказать…»

Тем не менее в подкастах можно проследить и черты традиционной радиожурналистики. Например, авторы используют характерные для спонтанного радиодискурса стратегии и тактики привлечения и удержания внимания аудитории [Нестерова, 2015. С. 66]. Это и стратегия самопрезентации, когда начало маркируется представлением адресанта (в подкасте «Валя, держись!» ведущая рассказывает

о своем материнстве и о том, как она лично проживала проблему, о которой пойдет речь). И тактика интимизации — ставка на открытость и доверительность, готовность к диалогу, использование позитивно окрашенной лексики (очень ярко это проявляется в подкасте «Полуостров», в котором ведущий рассказывает свои истории слушателю как лучшему другу). А также стратегия удержания адресата, например, с помощью тактики анонсирования, когда на страничке telegram-канала языковой школы «Живой итальянский» публикуют отдельный пост в виде мини-подкаста с самыми яркими и интересными моментами выпуска «Давайте спросим у итальянца».

Речевая коммуникация в аудиоформатах новых медиа демократична, интерактивна, использует стратегии и тактики привлечения и удержания внимания слушателя, отличается индивидуальным авторским стилем и языковой и оценочной свободой. Это связано не с отказом от традиций, а с адаптацией под запросы и требования современной аудитории и позволяет подкасту в социальных сетях быть понятным своему конкретному слушателю.

Литература

Гатов В. Будущее журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / Под ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. Екатеринбург, 2016. URL: http://newmedia2016.digital-books.ru/.

Нестерова Н. Г. Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект) / Н. Г. Нестерова. Томск : Изд-во Томского ун-та, 2015. 320 с.

Ирина Всеволодовна Высоцкая

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1
✉ vysotskya@mail.ru

Наталия Викторовна Максимова

Новосибирский государственный театральный институт
630049, Россия, г. Новосибирск, Красный пр., 174/4
✉ maksimova1@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-265-273

ОБСЦЕННАЯ ЛЕКСИКА В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНКЕТИРОВАНИЯ СТУДЕНТОВ НОВОСИБИРСКИХ ВУЗОВ)

Проблемы коммуникативной личности и речевого поведения актуальны для антропоцентрической и социолингвистической исследовательских парадигм. Перспективно изучение речи взрослеющего человека, параметров портретирования типов языковой личности и их индивидуальных образов [Аниськина, 2021; Естественная письменная речь…; Карасик, 2004; Машкович, 2022].

Мат и современная коммуникативная культура — эти отношения мало исследованы, тогда как проблема, на наш взгляд, достаточно

© И. В. Высоцкая, Н. В. Максимова, 2022

остра. Современную ситуацию с засильем обсценизмов, несмотря на законодательное запрещение мата[1], сложно понять вне анализа тенденций и структуры общения, обусловленного социокультурными факторами. Прежде всего, нужно говорить о некой беззастенчивости мата, о его выходе из мест ограничения в широкое, открытое (невзирая на личности, место, время, авторитеты) употребление, когда его свидетелем, прямым или косвенным адресатом становится практически каждый слышащий (а нередко — и читающий), хочет он того или нет. Мат употребляется без оглядки, он как будто бы висит в воздухе, проникает в письменную речь. Внутренний и внешний локусы контроля не работают. «Они не матерятся, они так говорят», — один из узнаваемых метакомментариев обыденной речи.

Адекватность анализа характера употребления и функций мата (а также выработки способов корректировки языкового сознания и речевого поведения говорящих) будет достигаться с учётом исследовательских контекстов: коммуникативного [Матьяш, 2011; Максимова, 2013], психолингвистического, контекста портретирования языковых личностей [Сиротинина, 2003; Седов, 2000], национального (и интернационального) культурного кода и т. н. «деятельностного» контекста.

Для изучения реальности речевых действий, мотивов, степени осознанности речевого поведения, связанного с употреблением мата, была выбрана одна из наиболее подверженных риску «обсценной болезни» социальная группа — студенчество. Анкетировались студенты трёх вузов г. Новосибирска гуманитарного и технического направлений обучения (в конце второго семестра первого года обучения, средний возраст анкетируемых — 19 лет). В опросе приняло участие

[1] Комплекс поправок в российском законодательстве, получивший название «Закон о запрете мата в СМИ» (2014 г.), и последующие ограничения важны для периодизации языка современных российских СМИ [Высоцкая, 2018].

около 250 человек. Поскольку имеется большой дефицит разработанных и апробированных опросных листов для обследования состояния обсценной речи у студентов, приведём текст вопросов анкеты (заполнявшейся анонимно, с указанием на пол и возраст).

Анкета

1. Какое место занимает мат в вашей речи? Укажите номер ответа.

1.1. Не использую в своей речи.

1.2. Использую, но крайне редко.

1.3. Нередко использую, но стараюсь избавляться.

1.4. Достаточно часто использую, говорю по привычке.

1.5. Это неотъемлемая часть моей речи, часть меня.

1.6. Огромное место, на мате строится большая часть моих высказываний обыденной речи.

2. В какой ситуации чаще всего вы употребляете мат? Укажите номер ответа, несколько номеров и/или напишите свой ответ.

2.1. Не употребляю мат.

2.2. Везде, особых ограничений нет.

2.3. За пределами вуза.

2.4. В общении с однокурсниками.

2.5. В семье.

2.6. Свой ответ: …

3. Что изменилось в вашей речи (с точки зрения употребления мата) в результате обучения в вузе в течение этого учебного года? Укажите номер ответа или напишите свой ответ.

3.1. Ничего: я не употребляю мат.

3.2. Мата в моей речи стало меньше.

3.3. Мата в моей речи стало больше.

3.4. Мат в моей речи как был, так и остался в том же количестве.

3.5. Мат взят под контроль: использую только за пределами вуза.

3.6. Изменилось моё отношение к мату: с нейтрального на отрицательное.

3.7. Хочу употреблять мат меньше, избавиться от него полностью.

3.8. Свой ответ: …

4. Как вы относитесь к мату в чужой повседневной (бытовой) речи? Укажите номер ответа или напишите свой ответ.

4.1. Резко отрицательно, мне неприятно это слышать.

4.2. Не люблю, когда вокруг матерятся, но сильно не раздражает.

4.3. Нейтрально, без эмоций.

4.4. Терплю, куда деваться.

4.5. Сколько могу, не поддерживаю употребление мата.

4.6. Стараюсь активно противостоять мату, где это уместно.

4.7. Свой ответ: …

5. Какие меры по противодействию мату вы считаете необходимыми сегодня?

Мой ответ (в свободной форме): …

Остановимся главным образом на ответах, относящихся к первому вопросу. Ответ 1.1 набрал 4,3 %, ответ 1.2 — 28 %. Лидером стал ответ 1.3 (*использую, но стараюсь избавляться*) — 39 % (81 человек). Если первые три ответа объединить (как показывающие критический вектор отношения к матерной лексике), то в эту категорию попадет 71,3 % опрошенных.

Три последних версии ответа на первый вопрос (1.4–1.6) выбрали 28,5 % опрошенных. Ответ 1.6 выбирался в единичных случаях, а наиболее частотным был ответ 1.4 *(говорю по привычке*) — 20,7 %. Достоверность выбора версии подтверждалась ответами на второй вопрос. Так, при анализе и оценивании ответов было важно, чтобы коррелировали друг с другом ответы 1.1. и 2.1; 1.2 и 2.3; 1.5 и 2.2.

В ответах на второй вопрос нашей анкеты (*В какой ситуации чаще всего вы употребляете мат?*) видно следующее. Лишь 1 от-

вет относится к 2.5 (*в семье*), причём в ряде свободных ответов (2.6) специальным образом подчёркивается: где-либо (называются разные ситуации), «*кроме семьи*», «*только не в семье*», «*конечно, за пределами семьи*» — и т. п. Ответ 2.2 (*везде*) набрал 10,6 %. Наиболее популярными стали ответы 2.3–2.4, нередко студенты выбирали оба этих ответа. Если суммировать их выборы, то примерно 63 % опрошенных употребляют мат «*за пределами вуза*» (39,1 %), «*в общении с однокурсниками*» (23,7 %).

Ответ 2.6 («*свой ответ*») написали 29,5 % респондентов. Какие ситуации студенты называли в качестве провоцирующих мат? Прежде всего, это ситуации эмоционального накала: «*во время сильной злости*», «*вне зависимости от места в момент экспрессии*», «*когда нельзя выразить свои эмоции иначе*», «*когда эмоционирую*», «*в стрессовой ситуации*», «*в плохом настроении*», «*в экстремальных (чрезвычайных, опасных для жизни и т. п.) ситуациях*», «*тогда, когда в речи хочу передать свои эмоции*», «*когда крайне возмущена*». Среди 2.6 это почти треть (31 %) ответов.

Частотным является также фактор адресата, влияние окружения на речь. В этом случае речевая реакция зависит не столько от моего состояния, сколько от того, с кем я общаюсь. Среди 2.6 это почти четверть (22 %) ответов. Это примеры такого типа: «*в общении с самыми близкими друзьями*», «*когда люди по-другому не понимают*», «*в кругу близких друзей и одногруппников*», «*в определённой компании*», «*только со сверстниками*».

Нетипичные ответы тоже имели место: «*в одиночестве*», «*когда вылетит, само по себе*», «*если в общественных местах, то чаще про себя*», «*за рулём*», «*на работе*», «*на стройке*», «*в художественной литературе, которую сам пишу*», «*могу выкрикнуть в перепалке*» и др.

Анкета свидетельствует о проблематичности выражения эмоций, нехватке лексического запаса, о невладении внутренним состоянием, трудностях управления своим внешним поведением, сопротивления

силе привычки; о неуверенности, малой самодостаточности и зависимости от окружения; о поиске своей идентичности, в том числе речевой и других психологических, социокультурных, языковых, психолингвистических проблемах.

Главное, что студенты осознают уже при написании и анализе анкеты, они формулируют так: мы используем мат столь активно и неуместно, что не можем контролировать своё поведение и переключаться в иные речевые регистры в зависимости от ситуации, контекста разговора. Это затруднение свидетельствует о слабой сформированности речевой рефлексии, самоконтроля и самооценки речи как важнейших компонентов деятельности и функциональной грамотности.

Для дополнительной иллюстрации приведём результаты опроса первокурсников одной группы (гуманитарное направление обучения). Ответ 1.1 не выбрал никто из анкетируемых. 11,1 % респондентов ответили, что «*используют мат крайне редко*» (ответ 1.2). Ответ 1.3 (*нередко использую, но стараюсь избавляться*) выбрали 27,8 %. Таким образом, ответы 1.1–1.3 составили около 40 %. Соответственно, около 60 % студентов выбрали ответы 1.4–1.6, их распределение таково: 1.4 (по привычке) — 16, 7 %; 1.5 (*неотъемлемая часть моей речи, меня*) — 33,3%; 1.6 (*на мате строится большая часть высказываний*) — 11,1 %.

Если обратиться к опросу в целом, можно предположить, что вполне вероятна погрешность, которая обусловлена возрастным бравированием, преувеличением «нехорошего» начала своей речи (отчасти эпатированием), а также ложным пониманием её свободы. Но надо учитывать, что имеется и другая погрешность, также отражающая возрастные особенности: желание выглядеть лучше, подстройка под идеал студента в глазах преподавателя, нежелание выглядеть «неправильным» в своих глазах, боязнь подвести группу, вуз, себя и т. п. Поэтому обе погрешности, разнонаправленные в своей прагматике, во многом компенсируют показатели друг друга, приводя ответы к некой адекватности, к реальному положению дел.

Гендерный фактор в данном эксперименте не дал явной разницы между ответами юношей и девушек. Педагогические наблюдения также не противоречат этому. Однако нужен более широкий опрос и выявление связи между полом, гендерными показателями и речевым поведением, касающимся обсценной лексики, чтобы делать достоверные выводы. Пока они носят предварительный характер и обнаруживают весьма интересную исследовательскую перспективу. То же самое можно сказать и о направленности обучения: технической или гуманитарной.

Следует подчеркнуть, что явное отсутствие речевого самоконтроля, умений вариативного речевого поведения, осознания социокультурных ценностей и традиций проявляется в узнаваемых фактах, когда обсценная речь (грубость, мат и образованные от него слова, в том числе эвфемистического типа) неконтролируемо «вылетает» из уст. Сегодня матерная речь в наивной языковой картине мира может расцениваться как въевшаяся привычка, речевая агрессия, эпатаж или мода. Однако главный разрыв, который ощущается самыми разными говорящими, заключается в отношениях «хочу и могу», в невозможности управлять своим речевым поведением, даже если намерение изменить его осознаётся явным образом. Утрата возможности быть в гармонии с волевым, управляющим началом речи, вероятно, и свидетельствует о «грани нервного срыва» языка.

В заключение отметим перспективы и основания осмысления феномена обсценной речи в современной коммуникативной ситуации. Как показывают исследования, бранную лексику сложно изучать вне идиолекта личности. Её следует изучать в контексте составляющих «идеала языковой личности» [Максимова, 2022. С. 16–17], в контексте проблем описания идиолектных черт языковой культуры говорящего, в том числе элитарного типа культуры. Вне изучения мотивов и рефлексии самими говорящими их речевых намерений, коммуникативных действий сложно определять процессы и речевые тенден-

ции, связанные с функционированием обсценной лексики, тем более вырабатывать рекомендации по изменению коммуникативной ситуации и речевого поведения конкретных говорящих и социальных групп. Следует учитывать психотипы, особенности темперамента говорящих; в связи с этим вводится восполняющее нишу описания индивидуализированных черт языковой культуры понятие «речевой манеры» и двух ее разновидностей: полистилевой и моностилевой [Дымарский, 2005. С. 140–142]. Учёт типа речевой культуры и речевой манеры образуют дополнительный исследовательский фокус для уточнения поведенческих черт описываемой социальной группы или отдельного говорящего.

Важно параметризировать речевое поведение и с точки зрения функциональности мата, а следовательно, с точки зрения задачи выявления самих его функций, мотивов употребления, коммуникативных эффектов. И если в художественном тексте и идиолекте писателя функции «бранной лексики» изучались ([Ружицкий, Потёмкина, 2018] и др.), то для первичных жанров современной коммуникации требуется специальное изучение.

Литература

Аниськина Н. В. Языковая личность современного старшеклассника: Дис. ... канд. фил. наук. Ярославль, 2001. 288 с. URL: http://rrlinguistics.ru/journal/article/562/.

Высоцкая И. В. О периодизации языка российских СМИ // Коммуникативная культура: история и современность. Культурно-историческое наследие в социальной коммуникации : Материалы VIII Международной научно-практической конференции 1 ноября 2018 г. / НГУ. Новосибирск : ИПЦ НГУ, 2018. С. 154–156.

Дымарский М. Я. Речевая культура и речевая манера // Русская языковая ситуация в синхронии и диахронии : Сборник научных статей, посв. проф. В. Д. Черняк. СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. С. 136–144.

Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 476 с.

Максимова Н. В. Развитие исследовательских умений студента: творческая рубрика дневника речевых наблюдений // Вестник НГТИ. Новосибирск : изд-во НГТИ, 2022. С. 16–27.

Максимова Н. В. Форматы диалогического общения // Слово. Словарь. Словесность : Сборник статей. СПб. : САГА, 2013. С. 61–68.

Матьяш О. И. и др. Межличностная коммуникация: теория и жизнь. СПб. : Речь, 2011. 560 с.

Машкович О. А. Риторический идеал современного студенчества в лингвоаксиологическом рассмотрении. АКД. Омск, 2022. 23 с.

Ружицкий И. В., Потемкина Е. В. «Элитарная языковая личность» и бранная лексика (на примере идиолекта Ф. М. Достоевского) // Русская речь. 2018. № 6. С. 29–39.

Седов К. Ф. Речевое поведение и типы языковой личности // Культурно-речевая ситуация в современной России. Екатеринбург, 2000. С. 298–312. URL: http://rrlinguistics.ru/journal/article/562/.

Сиротинина О. Б. Характеристика типов речевой культуры в сфере действия литературного языка // Проблемы речевой коммуникации : Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 2 / Под ред. М. А. Кормилициной. Саратов, 2003. С. 3–19. URL: http://rrlinguistics.ru/journal/article/562/.

Ольга Александровна Машкович

Новосибирский государственный университет экономики и управления
630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56
✉ mashkovich.olya@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-274-281

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ ДОМИНАНТЫ ЕСТЕСТВЕННОСТИ В МЕДИАПРАКТИКЕ ЮТУБЕРА

Современное медиапространство представляет собой среду, осуществляющую общественные связи и отношения и объединяющую группы людей в социальное информационное пространство, ядром которого по В. Н. Бузину является массовая информация [Бузин, 2012. С. 10]. Медиа неразделимы с социумом, события и ценностные установки которого определяют содержание и специфику информационного пространства.

Все ценностные представления находят отражение в соответствующих языковых единицах и речевом этикете, направляющих и побуждающих носителей языка коммуницировать и вступать в диалогические отношения. Те или иные аксиологемы становятся основой речевой коммуникации, определяя и направляя ее, участвуют в построении семантики диалога. Направлением лингвистики, изучающим отражение ценностей в языке и речи, является лингвоаксиология или аксиологическая лингвистика. Соответствие аксиологическим ожиданиям адресата позволяет организовывать оптимальную координацию коммуникантов.

© О. А. Машкович, 2022

Современная эпоха, информационной основой которой является сеть Интернет, ее повсеместное доступное использование и все большее распространение в ней медиа, определяет ценностные установки и ориентиры молодого поколения. Лингвистическим феноменом, основанном на системе ценностно-речевых приоритетов является риторический идеал (далее — РИ). Согласно А. К. Михальской, он представляет собой «иерархию коммуникативных ценностей, отражающих требования к речи и речевому поведению носителей определенной культуры» [Михальская, 2015. С. 47].

Настоящее исследование представлено двумя последовательными этапами, где на первом путем использования метода анкетирования осуществляется реконструкция системы коммуникативно-речевых ценностей современного российского студенчества, среди которых особое внимание уделяется естественности, определяется ее аксиологический статус.

На втором этапе исследования реализуется лингвоаксиологическая интерпретация естественности на материале текстов публичных выступлений популярного в молодежной среде ютубера Ю. Дудя [1].

Исследование осуществлялось с 2015 по 2021 гг. включительно [Голышкина, 2017], [Машкович, 2020]. Теоретическим основанием анкеты выступила концепция типов РИ А. К. Михальской [Михальская, 2015]. Анкетирование проводилось среди студентов вузов России (НГТУ, НГУ, Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС, НГУЭУ, МГУ, СПбГУ, ВГУ, ДФУ, КГУ им. К. Э. Циолковского, РГПУ им. А. И. Герцена, СахГУ, Смоленского государственного медицинского университета и др.) в возрасте от 18 до 23 лет. Получено 575 анкет, 3921 реакция.

[1] 15.04.2022 Министерством юстиции РФ включен в реестр иностранных СМИ, выполняющих функции иностранного агента. Настоящее исследование проведено до признания Ю. Дудя иноагентом.

В одном из вопросов-заданий студентам требовалось из общего перечня параметров отечественного и американизированного РИ [Михальская, 2015] выделить свойства, обеспечивающие, с позиции респондента, речевую успешность:

В приведенном ниже списке отметьте свойства, которые, на ваш взгляд, обеспечивают успех речи:

– *агональность (соревновательность, победа любой ценой);*
– *диалогичность;*
– *гармонизация;*
– *агрессивность;*
– *онтологичность (истинность);*
– *нравственность;*
– *установка на успешность;*
–*естественность (демонстрация своих эмоций и желаний);*
– *скромность;*
– *демонстрация уважения к собеседнику.*

В условиях множественного выбора ответов позиции распределились следующим образом: 78 % респондентов отметили демонстрацию уважения к собеседнику в качестве фактора речевой успешности; **72 %** опрошенных выбрали **естественность**, понимаемую как открытую демонстрацию желаний и эмоций говорящего; 54 % испытуемых указали истинность; 51 % отметили диалогичность в качестве критерия речевой эффективности; *установка на успешность* — 45 %; *гармонизация* — 40 %; *нравственность* — 30 %; *соревновательность* — 8 %; *агрессивность* — 4 %; *скромность* — 1 %. Таким образом, результаты опроса демонстрируют вхождение естественности в ядро коммуникативно-речевых приоритетов испытуемых.

Также студентам требовалось назвать российского современника из числа известных широкой общественности лиц, которого они считают успешным оратором. Согласно общему количеству голосов, полученных в ходе всех трех этапов исследования (2015–2021 гг.),

тройку риторических лидеров составили В. Путин (28 %), Ю. Дудь (15 %) и В. Жириновский (13 %).

Очевидно, что оценка указанных ораторов основывается в том числе и на оценке естественности речевого поведения современников, что определяет актуальность исследования средств вербализации отмеченной речевой аксиологемы.

Корпус исследуемого материала составили 3 текста публичных выступлений ютубера: выступление Ю. Дудя на фестивале TimeCodeFest (2017)[2], на конференции Amo CRM (2018)[3] и на вручении премии JQ (2019)[4].

Согласно нашей гипотезе, естественность как аксиологическая доминанта вербализуется элементами разговорной речи, экспрессивно-оценочной лексикой, в том числе и сниженной, просторечными единицами, словообразовательными окказионализмами, англицизмами и сленгом, жаргонизмами, иногда арготизмами.

Ключевой особенностью речи Ю. Дудя является активное оперирование разговорной и просторечной лексикой, сленгизмами, выступающими инструментом сокращения социальной дистанции между авторитетным ритором и неопытным слушателем: *«Я **офигевал** от того, как это бессмысленно; Было бы гораздо хуже, гораздо слабее и, в общем, **не прикольней**; Я **чешу репу** и грущу; При всем **респекте организаторам** мне казалось, что очень часто это похоже на праздник прокисшей солянки; Мы собираем людей в офисе, мы ходим, **мы брэйнштормим** и всё-всё-всё остальное — **это**, в общем,*

[2] Дудь Ю. Как разговорить дерево? 04.04.2017. URL: https://www.youtube.com/watch?v=QMf9oJ_9oCg&t=60s (дата обращения 12.04.2022).

[3] Дудь Ю. Как покорить YouTube. 12.04.2018. URL: https://www.youtube.com/watch?v=5z_FQDm6cVg (дата обращения 12.04.2022).

[4] Дудь Ю. Как можно встречать беспредел молчанием. 10.09.2019. URL: https://yandex.ru/video/preview/9871195925973247445 (дата обращения 17.04.2022).

шняга» [3], *«Когда в России в следующий раз* ***будут метелить*** *очередных простых прохожих дубинками»* [4].

Позитивная оценка часто реализуется посредством прилагательных **«крутой»**, **«классный»**, **«клевый»**, относящихся к разговорному стилю и активно используемых в языковой субкультуре молодого поколения: *«То, что* ***вы крутые****, известные и, может быть, даже более популярны, чем ваш герой; На мой взгляд, самое* ***крутое интервью*** *получилось у прекрасной дамы, которая придет, если я ничего не путаю, сюда после меня — у Ксении Соколовой; Есть такая категория людей, которую я называю "выжженная земля". Это те люди, которые, ну, самое простое, те люди, которые совсем недавно попали* ***под крутого интервьюера****;* ***Дико крутая история****; Здесь присутствуют дамы, у которых есть пресс.* ***Это клево****, что телеканал эстетически подходит к этому вопросу; …это было классное интервью»* [2].

Журналистом активно используется наречие «реально» с модально-оценочным значением достоверности. Целью включения происходящей от английского наречия **«really»** (действительно, абсолютно точно) в просторечном сниженном значении является убеждение слушателей в истинности озвучиваемых блогером идей: *«Но пока я констатирую, что* ***реально не получается****; Если русские люди научатся задавать вопросы близким, не близким, а и всем остальным, они начнут их формулировать, то жизнь* ***реально наладится****; Ты* ***реально не уязвим****, и такой подход к себе, он вам поможет добиться успеха, поскольку люди всегда это чувствуют»* [3]; *«Поколение людей, которые боятся потерять свою работу и все остальное, ну* ***реально****, если бы наша профессия приносила нам какое-то количество бабла, я бы это еще мог оправдать каким-то образом»*[2].

Распространенным средством экспликации максимально положительной оценки в дискурсе Ю. Дудя является формант греко-латинского происхождения **супер-**. Журналист стремится к максимально экспрессивной демонстрации положительной оценки: *«Потому что*

мы не используем трейлеры для там нашего YouTube-канала или что-то еще, но он ***был сделан супер****; Это Сергей Мезенцев, человек,* ***ставший суперзвездой****, участвовавший в проекте Реутов ТВ; Я его тоже считаю совершенно универсальным, когда человек* ***супер-супер известный****»* [3].

Частотны в речи Ю. Дудя и англицизмы. Англицизмы, используемые в функции синонимо-дифференцирующей [Дьяков, 2012. С. 20], замещающей уже существующие в языке слова [Рождественская, 2018. С. 168], создают эффект включенности слушателя в глобальное сообщество, основанное на знании английского языка, что мы и наблюдаем в случае употребления, например, лексемы «**факап**» от англ. to fuck up — «запороть важное дело, накосячить»: *«Это был бы просто* ***невероятный факап****, из-за которого можно было бы извиняться в течение месяца»* [1].

В дискурсе Ю. Дудя встречаются элементы оценочной лексики из уголовного жаргона типа **«шняга»**, ассимилировавшейся в речи современной молодежи и ставшей ее неотъемлемой частью: *«Мы собираем людей в офисе, мы ходим, мы брэйнштормим и всё-всё-всё остальное — это, в общем,* ***шняга****; Как они жали руку, как выражение лица у них было, ой, друзья, по-моему, это* ***полная шняга****»*[3].

Следующим средством достижения естественности становятся словообразовательные окказионализмы: *«...когда я вижу серьезные щи своих коллег, особенно* ***взросленных*** *телевизором...; достаешь старое занозистое* ***пианинко****»* [3].

Коммуникативно-прагматической задачей Ю. Дудя как представителя медийного дискурса становится реализация воздействия на адресата. Очевидно, что тексты выступлений ютубера — индикатор состояния массмедийной культуры. Являясь одной из институциональных площадок массовой речевой культуры, СМИ создают тексты в зависимости от запросов аудитории, речевых вкусов носителей языка. Именно в медиатекстах отражаются общественные процессы, влияющие и трансформирующие словарный состав русского языка

и его языковую норму. Указанные тенденции объясняют активное использование в речи Ю. Дудя просторечных и жаргонных слов, стилистически сниженной лексики, англо-американских заимствований, в том числе из интернет-культуры, окказионализмов и т. п. В текстах журналиста мы наблюдаем смещение ориентации с подачи объективной информации на подачу и выражение авторской субъективной позиции, что проявляется в репрезентированных средствах вербализации естественности.

Таким образом, лингвоаксиологическая интерпретация естественности в медиапрактике ютубера, опирающаяся на выявленные маркеры, верифицирует воздействующие возможности ценностной категории естественности на массовое сознание молодого поколения, а также ее влияние на уровень популяризации личности в медиапространстве.

Литература

Бузин В. Н. Медиапространство в структуре социального пространства // Социум и власть. 2012. № 2 (34). С. 9–13.

Голышкина Л. А. Аксиологические трансформации отечественного риторического идеала в коммуникативном сознании российского студенчества в условиях глобализации // Межкультурная коммуникация: лингвистические аспекты. Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. С. 24–32.

Дьяков А. И. Особенности функционирования англицизмов тематической группы «Обиходно-бытовая лексика» // Язык и культура. 2012. № 4 (20). С. 5–21.

Машкович О. А. Риторический идеал современного студенчества как динамическое явление // Пушкинские чтения — 2020. Художественные стратегии классической и новой словесности: жанр, автор, текст : сборник материалов XXV Международной научной конференции, 5–6 июня 2020 г. Санкт-Петербург. СПб. : Изд-во Ленинградского гос. университета им. А. С. Пушкина, 2020. С. 391–398.

Михальская А. К. Сравнительно-историческая риторика : учебное пособие. М. : ФОРУМ; ИНФРА-М, 2015. 320 с.

Рождественская С. В. Англицизмы в современном российском обществе: статус и функции // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота. 2018. № 8. Ч. 1. С. 165–170.

Мария Викторовна Могилатова

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
634045, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 36
✉ newspaper_2401@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-282-287

АРГОТИЧЕСКАЯ И ЖАРГОННАЯ ЛЕКСИКА НА СТРАНИЦАХ ДОРЕВОЛЮЦИОННЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ АВАНТЮРНЫХ РОМАНОВ-ФЕЛЬЕТОНОВ В. В. КУРИЦЫНА)*

Страницы дореволюционных сибирских периодических изданий представляют собой особенный интерес для исследователей различных областей — филологов, журналистов, этнографов, социологов, политологов. В настоящей работе речь пойдет о таком лингвистическом аспекте газет и журналов, как арго преступного мира и жаргон золотых приисков.

Цикл авантюрных романов В. В. Курицына «Томские трущобы» и «Человек в маске» печатался на страницах политической, общественной и литературной газеты «Сибирские отголоски» с 1906 по 1910 гг. Главы публиковались на второй полосе издания, «в подвале», после информационных сообщений о разного рода

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-78-10126, https://rscf.ru/project/22-78-10126/.

© М. В. Могилатова, 2022

происшествиях в стране, губернии. События романов словно переплетаются с реальной жизнью городов, «Томские трущобы» можно назвать попыткой рецепции окружающей действительности. Произведения имеют документальную основу: автор воспроизводит близкую читателю криминогенную атмосферу Томской губернии начала XX века.

В «Томских трущобах» речь идет о жизни социально неблагополучных слоев общества. Банда «Мертвая голова» под предводительством таинственного Человека в маске совершает разбои и нападения в Томске. В следующем романе — «Человек в маске» — основное действие по-прежнему происходит в Томске, читатель получает возможность проследить за дальнейшей судьбой уже известных героев. Однако повествование выходит за рамки одного города, герои путешествуют по Сибири, тайге. Основная интрига второй части — поиски таинственного «Золотого ключа» (месторождения рудного золота), который позволил бы мгновенно стать миллионером тому, кто его обнаружит. В результате стечения целого ряда обстоятельств все герои встречаются в тайге, где их ждет различная судьба: убит Человек в маске, сходит с ума его бывшая возлюбленная, однако часть персонажей остается в живых и на свободе, что позволяет предположить, что они стали бы действующими лицами третьего романа.

В произведениях реалистична топонимика города (улица Магистратская, Белое озеро, гостиница «Европа» и т. д.), гастрономия: «В это время в комнату вошел буфетчик, неся на подносе графин с водкой и обычную закуску: два копченых ельца, несколько кусочков чайной колбасы и два ломтя черного хлеба» [Томские трущобы. Человек в маске. В погоне за миллионами. Т. 2. 2020. С. 67], досуг (бал-маскарад, борьба в цирке Стрептова и т. д.), образ жизни (выезды на ярмарки, преступность). В контексте данной работы важна такая черта, как речевая характеристика героев, отражающая состояние периферийного арго преступного мира и приискового жаргона, не распространенного в европейской части страны.

В двух романах В. В. Курицына насчитывается около 90 лексических единиц арго преступного мира. Арготизмы функционируют и в собственно авторской речи, и в речи представителей асоциальной среды. Сибирский писатель производит впечатление знатока арго, расшифровывает значения слов, поясняет, это помогает автору правдивее передать жизнь преступного мира, а читателю — оказаться в атмосфере трущоб: «“фраерами” на жаргоне темного мира называют людей, около которых так или иначе можно поживиться» [Томские трущобы. Человек в маске. В погоне за миллионами. Т. 1. 2020. С. 495].

Можно только строить предположения о том, откуда В. В. Курицын знал о криминальных подробностях. Возможно, сыграла роль близость с издателем Долгоруковым, который работал в качестве частного поверенного в Томском окружном суде и, конечно, мог многое рассказать о героях томского «темного мира». К тому же в Томске Долгоруков женился на Марии Петровне Аршауловой — сестре известного томского полицмейстера Петра Петровича Аршаулова, который имел неофициальное прозвище Томский Шерлок Холмс [Петр Петрович Аршаулов: сборник материалов, 2012. С. 13]. Аршаулов успешно расследовал многие громкие дела в Томске — убийства, грабежи — и, конечно, хорошо был знаком с «уголовным дном» Томска.

Итак, диалоги в романах В. В. Курицына естественно передают речевое своеобразие представителей социального дна: воров, шулеров, «падших» женщин. Такая лексика не отталкивает читателя, а напротив, формирует доверие к автору. Можно выделить следующие лексико-тематические классы, которые позволяют определить, чем живут трущобные люди, чем интересуются, что является для них ценным.

Профессии, занятия: «халамидники» — мелкие воришки, «стрелки» — профессиональные нищие, «шниферы» — занимающиеся кражами из домов, «мойщик» — совершает кражи на железной дороге, «масаяки» — солдаты.

Деньги: «сары» — деньги, «круглики» — рубли, «пол-плиты» — полтинник, «краснуха» — десятирублевый билет, «липовая сарга» — фальшивые деньги.

Полиция: «легавый», «фигар» — сыщик, «крючок» — полицейский, «шмель» — полицейский агент, имеющий наблюдение специально за карманными воришками, «зацынтовался», «засыпался» — попался полиции.

Пища: «спотыкаловка», «гамырка» — водка.

Преступные операции: «шниф» — кража со взломом, «дуванить» — делить награбленное, «взять на прихватку» — задушить, «вглухую работать» — грабеж, заканчивающийся убийством жертвы, «снять метки» — уничтожить инициалы на краденых вещах, «утопить котенка» — бросить в реку вещественные следы преступления.

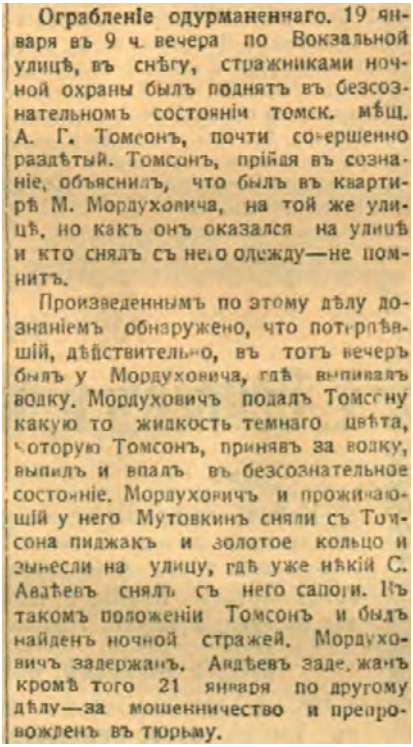
Документы: «очки», «вид» — паспорт, «очки протер» (вытравил паспортный бланк).

Ценные вещи: «стукальцы» — часы, «стеклянный горох» — драгоценные камни, «бока» с «паутинкой» — часы с цепочкой.

Инструменты: «пожаха» — долото, при помощи которого отворяются двери, «вертун» — небольшой коловорот, «фомка» — железный ломик, «перо» — нож, «змейка» — тонкая пилка, «закладка» — кастет, «малинка» — сонные порошки.

Определения категорий людей: «маруха» — содержанка, «ветошный» — все люди, не причастные к воровскому миру, «блатные» — причастные к воровскому миру, «наводчики» — люди, при посредстве которых завязывается знакомство с каким-либо «фраером», «подмоченный» — человек приезжий, доверчиво идущий на уловки преступников, напоенный до потери сознания.

Стоит отметить, что на страницах «Сибирских отголосков» была обнаружена новость о краже ценных вещей у такого «подмоченного» приезжего, что свидетельствует о реалистичности событий романа и достоверности (см. рисунок).



Ограбленіе одурманеннаго. 19 января въ 9 ч. вечера по Вокзальной улицѣ, въ снѣгу, стражниками ночной охраны былъ поднятъ въ безсознательномъ состояніи томск. мѣщ. А. Г. Томсонъ, почти совершенно раздѣтый. Томсонъ, прійдя въ сознаніе, объяснилъ, что былъ въ квартирѣ М. Мордуховича, на той же улицѣ, но какъ онъ оказался на улицѣ и кто снялъ съ него одежду—не помнитъ.

Произведеннымъ по этому дѣлу дознаніемъ обнаружено, что потерпѣвшій, дѣйствительно, въ тотъ вечеръ былъ у Мордуховича, гдѣ выпивалъ водку. Мордуховичъ подалъ Томсону какую то жидкость темнаго цвѣта, которую Томсонъ, принявъ за водку, выпилъ и впалъ въ безсознательное состояніе. Мордуховичъ и проживающій у него Мутовкинъ сняли съ Томсона пиджакъ и золотое кольцо и вынесли на улицу, гдѣ уже нѣкій С. Авдѣевъ снялъ съ него сапоги. Въ такомъ положеніи Томсонъ и былъ найденъ ночной стражей. Мордуховичъ задержанъ. Авдѣевъ задержанъ кромѣ того 21 января по другому дѣлу—за мошенничество и препровожденъ въ тюрьму.

Особенный этнографический интерес представляет приисковый жаргон. В. В. Курицын после окончания Барнаульского горного училища около трех лет работал на частных золотых приисках. Начиная литературную деятельность, писатель естественным образом обратился к той сфере, которую хорошо знал — к золотопромышленности. Такой опыт работы служил для него источником вдохновения: автор с увлечением показывал экзотику приисков, использовал арго золотоискателей, порой даже жертвуя сюжетом ради описания деталей быта золотодобытчиков. Можно выделить следующие категории.

Оборудование золотодобытчиков: «подвес» — ремень с нашитыми бубенцами, который надевается на шею коня, при поездках по тайге; «летуга», «летучка» — в тайге называют разный сброд, занимающийся хищнической добычей золота по падям и ключанкам; «бутара» — род золотопромывочной машины; «ендовка» — ящик из листового железа; «вашгерд» — прибор для окончательной промывки песка.

Предметы обихода: «свечи» — факелы, свернутые из сухой бересты.

Определение категорий людей: «нижники» — рабочие, несущие самый тяжелый род труда — работу внизу шурфа, часто по колено в воде.

Место: «стайка» — крытая загородка, род конюшни.

Одежда, обувь: «бутулы» — род обуви.

Специфика работы на приисках: «почву поймать» — углубить шурф до породы, составляющей постель россыпи; «пласты» — золотосодержащие слои песков; «ренка» — отрога хребта; «подсолить» — умышленно подсыпать в промываемый песок заранее приготовленное золото;

Явления, природа: «марево» — особое атмосферическое явление, наблюдаемое в жаркие весенние дни; «уроники» — громадные серые камни, местами покрытые зеленоватой плесенью.

Мифические существа: «горный» — это мифическое существо, которое, по приисковому суеверию, охраняет подземные богатства.

Таким образом, арготический и жаргонный материал авантюрных романов-фельетонов В. В. Курицына необходим для речевой, социальной и профессиональной характеристики героев. Употребляя арго преступного мира и жаргон работников золотых приисков, томский автор создает колоритную атмосферу, погружает в нее читателя. Исследуемая лексика представляет не только языковой интерес, но и этнографический интерес, так как характеризует социокультурную обстановку в регионе.

Литература

Петр Петрович Аршаулов : сборник материалов / Сост.: В. М. Костин, А. В. Яковенко; ред. С. С. Быкова. Томск, 2012. 204 с.

Томские трущобы. Человек в маске. В погоне за миллионами. В 2 т. / Подготовка текста, вступ. статья, комментарии Н. В. Жиляковой, М. В. Могилатовой. Томск : полиграфическая компания, ООО «Интегральный переплет», 2020. Т. 1. 598 с. Т. 2. 603 с.

Сергей Иванович Мокшин

Новосибирский государственный технический университет
630073, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса 20, к. 6
✉ mokshinsergey777@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-288-293

СТИЛИСТИКА ПОДРАЖАНИЯ В НОВЫХ БРЕНДАХ

За последнее время из России ушли мировые знаковые бренды, которые выстраивали рекламную стратегию, завоевывали рынок и формировали отношения к потребителям не один десяток лет. Чем же бренд отличается от обычной рекламной коммуникации? Понятие рекламной коммуникации, как известно, шире понятия бренда и включает, помимо брендинга, позишининг, основанный не на принципе дефиниции, но на дифференциации специфических свойств товара. Бренд — это не только узнаваемая торговая марка, рекламные герои или подготовленная целевая аудитория. Бренд — это отношение клиента (потенциального реципиента) к товару, его лояльность и способность в узнавании коммуникации. [Герасименко, Очковская, 2016. С. 8]. Капитал бренда — это совокупность активов или пассивов, связанных с марочным названием и символом, которая увеличивает (или уменьшает) ценность товара или услуги для фирмы и (или) для клиентов этой фирмы [Аакер, 2008. С. 24].

С точки зрения семиотики, одними из важных категорий в восприятии брендов реципиентами, как в системе B2B, так и в системе B2C, можно считать денотат и коннотат. Денотатом в подобного рода

© С. И. Мокшин, 2022

коммуникации будет узнаваемая торговая марка или лейбл компании, коннотатом — оказываемое качество услуг, качество товара, его эффективность и эксклюзивность, возможная ассоциация со статусом приобретателя товара или услуги. Следует обратиться к исправлению Р. Бартом тезиса Ф. де Соссюра, что языковой знак не произволен [Барт, 2003. С. 134]. Согласно Р. Барту, знак может состоять из нескольких фрагментов, таким образом сочетая означающее и означаемое. Действительно, рекламная коммуникационная стратегия брендов выстроена следующим образом: узнаваемый торговый знак, перечень товаров или узнаваемое меню, если речь идет о ресторанах быстрого питания, эстетическое наслаждение, испытываемое при покупке товара или получении услуги.

Например, продукция ресторана «Макдоналдс» рекламировалась как еда, приготовленная из отечественных ингредиентов, что способствует поддержке местных фермеров[1]. Кофейня «Starbucks» рекламировала возможность не только захватить продукцию в кофейне по пути на работу, но и приготовить кофе дома. «Starbucks: кофе теперь у вас дома» — сообщается в рекламе, визуальный ряд демонстрирует приготовление продукции в кофемашине[2].

Естественно, компании, как и их рекламная коммуникация, присутствовавшая на рынке не один десяток лет, была выстроена на принципах благорасположения к потенциальным покупателям. Товары и услуги, пришедшие на смену брендам с мировым именем, проводят свою рекламную кампанию на принципах сходства, в нашем понимании — стилистике подражания. Как точно было замечено Р. Чалдини, «нам нравятся люди, похожие на нас» [Чалдини, 2021. С. 252]. Американский психолог говорит о принципах сходства в коммуникации продаж. В рекламе новых брендов, пришедших на смену общеми-

---

[1] Макдоналдс. Свое всегда вкуснее. URL: https://www.youtube.com/watch?v=dt1cJkXZMIc.

[2] Sturbucks. URL: https://www.youtube.com/watch?v=on_gG0qfsGc.

ровым, прослеживается коннотативный оттенок подражания, так как мы можем обратить внимание на схожесть логотипов, практические идентичное меню в ресторанах быстрого питания, оформление корпоративных цветов и т. д.

В рекламном дискурсе таких сообщений встречается фактическая и эстетическая функции, обозначенные У. Эко. [Эко, 2006. С. 226]. В рекламе ресторана быстрого питания «Вкусно и точка», пришедшему на смену «Макдоналдс» сообщается: «Есть места, которые мы хорошо знаем и идем за тем самым: вкусом, улыбкой, настроением»,[3] что соответствует фактической функции. Эстетика проявляется в слогане ресторанов быстрого питания: «Название меняется — любовь остается». Кофейня «Stars», пришедшая на замену мировому бренду «Sturbucks», использует максимальное визуальное сочетание в логотипе с оригиналом.[4]

Следующий способ коммуникационного воздействия на реципиента — отсылка бренда-конкурента к более сильному, ушедшему с рынка. В подобном ключе рекламировалась сеть гипермаркетов «Hoff», позиционировавшая себя как «русская IKEA».[5] В рекламной статье сообщается, что именно такое название гипермаркету приписывают за схожесть в ассортименте наименований товаров, что, естественно, вызывает намеренную ассоциацию, подразумевая следующий тезис: шведская IKEA закрылась — добро пожаловать в русскую.

В июне 2022 года в ряде изданий появились публикации, сообщающие об аналоге ушедшего с российского рынка напитка «Coca-

---

[3] Вкусно и точка. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0uhxngaI-eQ8&ab_channel.

[4] В России сеть кофеен Starbucks возобновит работу под брендом Stars Coffee. URL: https://www.youtube.com/watch?v=7LyeZ6KTQSI&ab_channel=SidewaysLook.

[5] В Новосибирске открылся гипермаркет Hoff. Похожа ли русская ИКЕА на шведскую? URL: https://ngs.ru/text/business/2022/03/22/70520426/.

cola», который будет называться «Funky monkey cola». В самой рекламной статье сообщается, что завод по изготовлению газированных напитков спокойно производил продукт, а теперь о них говорят как о замене знаменитой американской газированной воды.[6] В другой статье также сообщается о «новом заменителе coca-cola».[7] Сообщения с подобной коннотацией создают медийный шум, и таким образом возникает намеренная ассоциация с ушедшим брендом. В любом случае коммуникация становится успешной, так как потенциальные потребители товара или реципиенты, обращающие внимание на рекламу в подобном ключе, будут обращать внимание на сравнение с оригинальным брендом. Даже если качество или свойства товара не удовлетворят потребителей, на первых этапах коммуникации возможен рост продаж.

Подобную рекламную коммуникацию мы можем заметить в видеорекламе «Кола. Черноголовка». Ролик построен в юмористическом стиле, где коммуникатором выступает один актер, играющий разные роли: жены, мужа и кассира. По сюжету жена выбирает из множества аналогов «Колы», что подчеркивает отсутствие идентичных брендов. Муж настаивает на своем и выбирает «Колу» из Черноголовки. В самом сообщении мы видим отсылку к рекламе «Coca-cola», где крупным планом демонстрируется стакан и пузырьки газировки. В конце ролика и муж, и жена выбирают именно «Колу» из Черноголовки.[8] Как замену популярной сети ресторанов быстрого питания KFC в рекламных статьях стали упоминать турецкую сеть фастфуда «Chitir Chiken», которая также специализируется на изготовлении быстрой

---

[6] Что известно о новой газировке Funky Monkey. URL: https://lenta.ru/pressrelease/2022/06/22/fm/.

[7] Фанки Манки: в Петербурге представили нового заменителя Coca-Cola. URL: https://producttoday.ru/2022/06/17/fanki-manki-predstavlen-novyj-zamenitel-coca-cola-na-rossijskom-rynke/.

[8] Кола из Черноголовки. URL: https://www.youtube.com/watch?v=v0y-hEKiiFoE&ab_channel.

еды из курицы.[9] Сеть ресторанов в заголовке и в самой статье обозначается как турецкий аналог KFC, также сообщается, что сеть будет открывать рестораны в торговых центрах. Прочитав статью, мы понимаем, что представители сети только готовы вести переговоры, хотя заголовок и визуальный ряд сообщают о выходе на рынок турецкой сети фастфуда как об уже свершившимся факте.

Также на рынке присутствует ряд брендов, которые используют в качестве денотата латинские буквы и соответствующие торговые знаки и логотипы. В качестве коннотата выступают различные бренд-легенды, которые ассоциируются в сознании реципиентов как западные товары. Например, производители чая «Ahmad», «Riston», «Curtis» позиционируют свою продукцию в рекламной коммуникации как английский чай, что сразу подразумевает отношение товара к более высокой ценовой категории. Обувные бренды «Alba», «Camelot», «Carlo Pazolini», прекратившая свое существование «Вестфалика» позиционировались и продолжают как немецкая и итальянская обувь.

Производители бытовой техники «Bork» и «Vitek» в рекламной коммуникации сообщают о немецком и австрийском происхождении. Бренды одежды «OSTIN», «Oodji», «Gloria jeans», «Kanzler» также сообщают о зарубежном происхождении товара, либо в рекламной коммуникации сообщается об интернациональном подходе в торговле и широкой распространении торговых сетей.

Из ранее сказанного можно сделать вывод, что формирование нового рынка, а возможно, и новых принципов рекламной коммуникации находится в стадии становления. Мы видим, что некоторые товары и услуги используют в качестве коммуникационного рекламного посыла бренд-легенды, которые указывают на западное происхожде-

---

[9] Турецкий аналог KFC хочет открыть до 500 ресторанов в России. URL: https://www.malls.ru/rus/news/turetskiy-analog-kfc-khochet-otkryt-do-500-restoranov-v-rossii.shtml.

ние бренда, следовательно, в массовом сознании реципиентов может возникнуть представление о том, что многие зарубежные торговые марки не ушли с рынка, а продолжают работать.

Обращаясь к классификации сюжетов Р. И. Мокшанцева, в которой он выделяет сладкие, шоковые и парадоксальные рекламные сюжеты, и дополненной нами классификацией полистилистических разновидностей рекламы, в которой внутри сладких мы обозначаем: умилительную, жалостливую, доверительную, юмористическую, дополненную коммуникацию, внутри шоковых: пугающую, эпатажную; парадоксальных: реклама, не соответствующая заявленным свойствам,[10] мы можем сказать, что, на наш взгляд, парадоксальные сюжеты можно дополнить стилистикой подражания известным брендам или отсылкой к легенде западного происхождения бренда.

Литература

Аакер Д. Создание сильных брендов. М. : ИД Гребенников, 2008. 440 с.

Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М. : Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.

Герасименко В. В., Очковская М. С. Бренд-менеджмент. М. : Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2016. 100 с.

Чалдини Р. Психология влияния: внушай, управляй, защищайся. М. : Эксмо, 2021. 416 с.

Эко У. Отсутствующая структура. СПб. : Симпозиум, 2006. 544 с.

[10] Мокшин С. И. Полистилистика рекламного дискурса (на материале современных СМИ). URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=49423883.

Людмила Александровна Морина

Новосибирский государственный технический университет
630073, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20
✉ Ludmila200273@mail.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-294-301

ЭЛОКУТИВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ И ИХ ВЕРБАЛИЗАЦИЯ: ИЗ ОПЫТА РИТОРИЧЕСКОГО ДЕКОДИРОВАНИЯ МЕДИАТЕКСТОВ ТУРБУЛЕНТНОГО ПЕРИОДА

Исходной посылкой настоящего исследования выступает положение: «Поскольку медиадискурс относится к персуазивно-перлокутивному типу дискурсов, можно говорить об изначальной риторичности его текстов, а значит, и о возможности их анализа с помощью категорий риторики...» [Анненкова, 2012. С. 11–12].

Рассмотрение медиатекста в фокусе риторического декодирования текста (далее — РДТ) как концепции, нацеленной на реконструкцию механизмов текстообразования с позиции оценки его эффективности, требует признания следующих теоретических установок.

1. Восстановление текстообразующего замысла продуцента в рамках РДТ осуществляется путем активации декодирующим текста-образца как когнитивной структуры, аккумулирующей представления о текстовой эффективности [Морина (Голышкина), 2022. С. 306].

2. Риторический текст-образец обладает параметрами, задаваемыми структурой коммуникативного акта: диалогичностью, публично-

© Л. А. Морина, 2022

стью, аргументированностью как основанием персуазивности, актуальностью, акциональностью, технологической осознанностью.

3. Текст риторического типа — продукт осознанного подхода к мыслеречевой деятельности, обусловленный следованием риторическому канону как технологии, включающей инвентивный, диспозитивный и элокутивный этапы, которые отражают универсальный идеоречевой цикл [Безменова, 1991. С. 43] и обеспечивают эффективность текста в коммуникации.

Цель настоящего исследования состоит в реконструкции тактического воплощения и средств репрезентации элокутивных параметров медиатекстов, появляющихся и функционирующих в условиях глобальной турбулентности.

Материалом данной статьи из корпуса исследованных медиатекстов турбулентного периода, каковым стала для человечества пандемия COVID-19, выступило интервью главного врача ГКБ № 40 в Коммунарке, внештатного специалиста по анестезиологии-реаниматологии Департамента здравоохранения Москвы Дениса Проценко «Почему я должен рисковать родными из-за антиваксера», данное 31.07.2021 информационной компании РБК. Отметим, что за несколько лет пандемии Д. Проценко стал первым медийным лицом отечественного медицинского сообщества.

«Элокуция — завершающий раздел идеоречевого цикла, в котором реализуется переход от концептуального уровня к языковому. Непосредственно в самой элокуции осуществляется “вербализация” мысли» [Там же. С. 42].

Элокутивный этап текстообразования призван наделить текст такими свойствами, как диалогичность и публичность. При этом диалогичность, включающая авторство и адресность, задается такими составляющими коммуникативного акта, как коммуниканты, а публичность — обстоятельствами общения, требующими от продуцента демонстрации ценностей, актуальных для реципиентов.

Принимая во внимание тот факт, что «порождение текстовой базы представляет собой стратегический процесс, совершаемый в оперативном режиме (on-line)» [Дейк ван, 2015. С. 171], в концепции РДТ мы говорим об элокутивной стратегии текстообразования и вербализующих ее тактиках: авторизации, адресации, аксиологической экспликации.

Авторизация

Авторизация — инструмент субъективации речи, способ выражения «Я» говорящего, направленный на установление и поддержание коммуникативного контакта.

Ядро средств авторизации в традиционной риторической практике представляют эгоцентрические единицы языка: личные местоимения 1-го лица, которые формируют т. н. я- и мы-высказывания, а также вводные слова и обороты как показатели субъективной модальности.

Местоимение-эгоцентрик «я» в первую очередь эксплицирует говорящего в режиме диалога, в том числе и массмедийного. В речевой партии Д. Проценко я-высказывания получают активное воплощение, что выгодно отличает медицинский дискурс от политического, увлекающегося как раз мы-высказываниями. А поскольку «1-е лицо в норме имеет конкретно-референтный статус» [Падучева, 2019. С. 360], то его использование демонстрирует непосредственную причастность субъекта речи к сообщаемому или выражаемому, что повышает, с одной стороны, персональную ответственность за транслируемую информацию, с другой — доверие аудитории:

***Я** всей своей нормальной человеческой, не врачебной логикой **не могу понять**, как можно заразиться фрагментом вакцины; ..**Я** с первого дня **говорил**, что вакцинация — это не защита от инфицирования; **Я не профессиональный вирусолог, я анестезиолог-реаниматолог**, поэтому прислушиваюсь к мнению коллег-вирусологов; **Я думаю**, что в России от России не уйти; **Я хочу поменять** и **помочь перезагрузить** систему здравоохранения* [Проценко, 2021].

Периодически в авторизующей функции работает местоимение «мы» и соответствующие глагольные формы:

Мы создали *внутри нашей больницы центр вакцинации для сотрудников и родственников, понимая, в каких условиях работают доктора…;* ***Мы*** *активно* ***применяем*** *у пациентов в тяжелом состоянии… биологически активные препараты, ингибиторы интерлейкина-6;* ***Нам удалось*** *это статистически* ***собрать****, правильно* ***обработать, разбить*** *по группам, и в ближайшее время появится публикация* [Там же].

Здесь референциальная отнесенность индексального знака «мы» не вызывает разногласий: это сам главный врач Коммунарки и его коллеги-единомышленники, представители медицинского сообщества.

Адресация

Мысль о том, что «хорошей может быть только речь, ориентированная на адресата» [Кормилицына, 2007. С. 211], является, по сути, краеугольным камнем коммуникативной лингвистики.

В арсенал средств адресации включают: обращения; конструкции с местоимением 2-го лица и соответствующими глагольными формами — т. н. ты- и вы-высказывания; мы-высказывания, объединяющие говорящего с аудиторией; императивные речевые акты; риторические вопросы и восклицания; вопросно-ответные комплексы, имитирующие диалог в монологической речи; контактоустанавливающие и метатекстовые конструкции [Там же. С. 212].

В тексте рассматриваемого интервью Д. Проценко адресация представлена нестандартными экспликаторами: не наблюдается прямых обращений к предполагаемой массовой аудитории и частотности вы-высказываний.

Зато с целью создания эффекта адресации интервьюируемый периодически реализует прием имитации диалога, создающий наглядность той или иной ситуации пандемийного времени, куда включает мы-высказывания в адресующей функции:

К примеру, человек получает первый компонент вакцины, на десятый день заболевает. ***Мы его считаем вакцинированным?*** *< …> Конечно, нет. Вакцинированным можно считать человека, у которого прошло 14 дней после введения второго компонента* [Проценко, 2021].

Иногда имитация диалога содержит в ответных репликах вымышленную речь, где воспроизведение узнаваемой массовым сознанием типовой ситуации создает условия для сближения коммуникантов:

…Какие сейчас модные разговоры в общественном месте, чем сейчас меряются мужчины? Да, антителами. В календаре есть сезонная вакцинация от гриппа, вы совершенно правы, и мы не задумываемся: ***«Так, у меня в мае были сопли, я кашлял, у меня, видимо, был грипп. Так, в сентябре по календарю мне нужно сделать прививку. А не померить ли мне антитела от гриппа?»*** [Там же].

Адресация + авторизация

На синтезе средств адресации и авторизации построено освещение проблемы антивакцинаторства:

А на чем строится гипотеза антиваксеров? Это же наброс на вентилятор: «А, вы не забеременеете!» Есть какие-то исследования? Есть понятная технология создания вакцины, если говорить про «Спутник V». Она не вчерашняя. Аргументы с моей стороны, как проваксера, очень простые — публикации непрекращающиеся, которые демонстрируют все как есть, исследования из других стран, если вы не верите нам, российским докторам и ученым [Там же].

В приведенном примере говорящий задает, по сути, сообществу антиваксеров несколько проблемных вопросов открытого типа, которые усиливает оценочным жаргонным высказыванием «*Это же наброс на вентилятор»*, структурно-семантическую основу которого составляет трансформированный английский фразеологизм «*when the shit hits the fan»*. Такой способ косвенного выражения субъективной модальности фиксирует эмоциональную реакцию врача на частотный аргумент антиваксеров о невозможности забеременеть по-

сле прививки. Здесь мы встречаем и использование в рамках условной придаточной конструкции вы-оборота *«если вы не верите»*, что усиливает контакт с аудиторией сомневающихся.

Диалогичность создается и использованием в структуре высказывания притяжательного местоимения 1-го лица ед. ч. и косвенного обращения: *Это одна из возможностей прервать порочный круг мутирования. И это второй* ***мой*** *довод* ***уважаемым антиваксерам*** [Там же].

Очевидно, синтез авторизующих и адресующих средств обеспечивает общий воздействующий эффект речевой партии Д. Проценко.

Аксиологическая экспликация

Методологической основой выявления ценностных доминант текста выступает контент-анализ, а именно такая его процедура, как семантико-прагматический анализ, который соотносит эффект текста с определенными словами или предложениями, несущими значения [Тичер, Мейер, Водак, Веттер, 2017. С. 99].

Мы исходим из признания того, что ценности получают в медиатексте, тем более турбулентного периода, свою облигаторную вербальную экспликацию, обладают повторяемостью и повышенной смысловой мотивированностью, приобретая тем самым статус ключевого слова.

«Ключевые слова трактуются как “смысловые вехи”, которые являются своеобразными “точками контакта” воспринимаемого речевого потока с внутренней системой опыта, точками пересечения общего, объективного и индивидуального, субъективного» [Залевская, 2005. С. 201]. Такое понимание сущности ключевого слова позволяет обозначить сферу «общего, объективного» посредством репрезентации ценностей, нацеленных на «сближение сознаний» (Х. Перельман).

Так, проведенный с помощью специализированного онлайн-сервиса Advego [URL: https://advego.com/text/seo/] семантический анализ выявил семантическое ядро исследуемого медиатекста, куда

вошли следующие наиболее частотные лексические единицы (с частотой от 0,94 до 0,53 %), имеющие в силу их повышенной смысловой мотивированности статус аксиологем: *пациент, вакцинация, вакцинировать, все, вакцина*. Данное семантическое ядро, реконструирующее концептуальный замысел говорящего, выступает вербальным индикатором прагматических установок Д. Проценко, его целеполагания, его ценностных приоритетов, которые из сферы личного, индивидуального распространяются на область общего, коллективного.

Таким образом, реконструкция средств тактического воплощения элокутивной стратегии текстообразования есть свидетельство актуализации диалогичности и публичности в риторической практике Д. Проценко, поддерживающих его авторитетность и способствующих его медийной востребованности в условиях турбулентного времени.

Литература

Анненкова И. В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель (лингвофилософский аспект): автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. М., 2012. 60 с.

Безменова Н. А. Очерки по теории и истории риторики. М. : Наука, 1991. 215 с.

Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Изд. 2-е. М. : ЛЕНАНД, 2015. 320 с.

Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст : Избранные труды. М. : Гнозис, 2005. 543 с.

Кормилицына М. А. Риторическая организация речи (адресованность речи) // Хорошая речь. Изд. 2-е., испр. М. : Изд-во ЛКИ, 2007. С. 211–222.

Морина (Голышкина) Л. А. Ментальный текст-образец как ориентир риторического декодирования // Когнитивные исследования языка. Вып. 3 (50): Когниция, культура, коммуникация в современ-

ных гуманитарных науках. М., Тамбов, Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2022. С. 305–308.

Падучева Е. В. Эгоцентрические единицы языка. Изд. 2-е. М. : ИД ЯСК, 2019. 440 с.

Проценко Д. Почему я должен рисковать родными из-за антивакцера. URL: https://www.rbc.ru/society/31/07/2021/61040f029a79479026cfcbc8 (дата обращения 05.10.2022).

Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса. Харьков : Изд-во Гуманитарный Центр, 2017. 356 с.

Виктория Юрьевна Шашкова

Северный (Арктический) федеральный университет
им. М. В. Ломоносова
163001, Россия, г. Архангельск, ул. Набережная Северной Двины, д. 17
✉ viktoria.shashkova@yandex.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-302-304

ОБЪЕКТЫ АДМИРАТИВНОЙ ОЦЕНКИ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Адмиратив описывает два когнитивных состояния говорящего (либо адресата): незнание, не отрицающее возможность отсутствия ситуации, и ситуация с только что приобретенным знанием о наличии ситуации.

В языках балкано-западноазиатского ареала адмиратив маркирует удивление говорящего, которое является реакцией на несоответствие новой информации его представлениям и ожиданиям [So Yong Kim, Aleksova, 2003; DeLancey, 1997].

«Адмиратив существует в системах балканских языков, так как преобладает тенденция к маркированию эвиденциальности в сочетании с модальностью» [Плунгян, 2011].

Адмиративность можно определить как «лингвистическую категорию, которая характеризует пропозицию как представляющую интерес, неожиданную или удивляющую».

Чтение, согласно теории речевой деятельности, является реактивным видом. Реакция эта представляет собой те мысли-тексты, кото-

© В. Ю. Шашкова, 2022

рые порождаются в итоге прочитанного, сопоставлении читателем своей позиции с позицией автора и согласием/несогласием с ним.

Психолингвисты уверены: эмоции «натянуты» на многовековой и многомерный опыт человека.

Взаимоотношения языка и эмоций: «Общественная природа языка, связь языка с мышлением и коммуникативная предназначенность как глобальная функция языка указывают на его несомненную психологичность, т. е. человечность… Язык одинаков для всех и различен для каждого, прежде всего, в сфере его эмотивности, где диапазон варьирования и импровизации семантики языковых единиц в сфере их личностных эмотивных сигналов более широк и многообразен» [Шаховский, 1998].

Степень эмоциональной развитости личности, вне всякого сомнения, связана со степенью его интеллектуальной развитости, умением оценить те же эмоции, появившиеся у другого человека.

Так, в СМИ вниманию читателей предоставляются высказывания известных людей, но такие, которые при соотношении действительности оказываются нелогичными, абсурдными. И по мере ознакомления с ними у читателя может возникнуть реакция: «Как же он/она мог/могла такое сказать?!». Это есть адмиративная оценка, которая образует вместе с восхищением, радостью, иронией, пренебрежением, сарказмом и рядом других интеллектуальных эмоций.

Использование эмотивных единиц облегчает решение задач воздействия на читателя. Выражение эмоций в газетном тексте обусловлено и резкой активизацией личностного начала в прессе.

Ядром выражения эмоций являются особые непредикативные единицы — эмотивные коммуникативы, например, *Слава Богу.*

Выражать эмоции могут и предикативные единицы: вопросительные и восклицательные высказывания, а также высказывания, в состав которых входят коммуникативы, повтор, парцелляция, инверсия, эмотивная лексика.

Литература

Плунгян В. А. Введение в грамматическую семантику: грамматические значения и грамматические системы языков мира / В. А. Плунгян. М. : РГГУ, 2011. 672 с.

Шаховский В. И. Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации // Филологические науки. 1998. № 2. С. 59–65.

DeLancey S. Mirativity: The grammatical marking of unexpected information. 1997.

So Yong K., Aleksova K. Mirativity in Korean and Bulgarian Third International Academic Conference of KACEES Bulgaria, Korea, Central & East Europe — Humanities and Social Science 14th — 15th July. 2003. Sofia University, Sofia, Bulgaria. P. 1–17.

АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ АВТОРОВ

Азарова В. Н. 7
Алексеева А. А. 39
Аносова Т. В. 42
Байбатырова Н. М. 158
Балашова Ю. Б. 102
Беглякова Е. С. 122
Беляев Е. Г. 112
Березняков Д. В. 178
Берендеева М. С. 133
Высоцкая И. В. 265
Гимельштейн А. В. 256
Евдокимова Е. В. 138
Еремеев К. Д. 237
Ершова В. Е. 150
Жилякова Н. В. 74
Журавель О. Д. 49, 181
Зылевич Д. П. 28
Катенева И. Г. 220
Козлов А. Е. 64
Козлов С. В. 178
Кузнецова Е. В. 185
Куликович В. И. 32, 128
Курманов Д. А. 231
Кушнаревич Е. В. 261
Мазуров А. Е. 81
Максимова Н. В. 265
Маняхин П. Б. 208
Маркасов М. Ю. 198
Машкович О. А. 274
Могилатова М. В. 282
Мокшин С. И. 288
Мордвинова П. А. 165
Морина Л. А. 294
Муха А. В. 226
Мэн Ц. 133
Мясников И. Ю. 3
Подольский Н. А. 128
Позднякова Ю. С. 248
Прокопьев М. В. 112, 122
Прохорова И. Е. 57
Прохоров А. В. 25
Пустовойт Ю. А. 143
Пядышева Т. Г. 25
Симонова Н. Б. 21
Синегубова К. В. 106
Соловьева Е. Е. 181
Такмянин И. А. 88
Фарберович Олег В. 241
Фарберович Олеся В. 241
Филонова А. И. 192
Хайянь Ч. 251
Хваленя С. В. 203
Шатин Ю. В. 72
Шашкова В. Ю. 302
Шинкарева А. П. 95
Шишкина Н. И. 203
Шмаков А. А. 14
Юдина Е. Ю. 173
Ярославцева А. Е. 212

Содержание

Круглый стол
«Преподавание социогуманитарных дисциплин в высшей школе»

Мясников И. Ю. Цифровые компетенции в профессиональной медиашколе: новые образовательные форматы 3
Азарова В. Н. Опыт развития мягких навыков с помощью активных методов обучения в условиях дистанта в высшей школе 7
Шмаков А. А. Программа «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»: цели и концептуальные основы 14
Симонова Н. Б. Место дисциплины «Журналистика как социокультурный феномен (европейский и американский опыт)» в формировании общегуманитарных компетенций магистрантов направления подготовки «журналистика» 21
Прохоров А. В., Пядышева Т. Г. Профессиональная проба как инструмент профориентационной работы по направлению «реклама и связи с общественностью» 25
Зылевич Д. П. Профессиональное портфолио выпускника специальности «издательское дело»: проблемы подготовки и пути их решения 28
Куликович В. И. Диссертации китайских соискателей по журналистике в Беларуси: актуальность и научная значимость 32
Алексеева А. А. Самопрезентация преподавателя в социальных медиа 39

ЖУРНАЛИСТИКА, ПУБЛИЦИСТИКА И КОММУНИКАЦИИ В ИСТОРИЧЕСКОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

Аносова Т. В. Три вступительные речи во Французскую академию эпохи Просвещения 42
Журавель О. Д. Эсхатологические мотивы в русской публицистике: от шестнадцатого века к веку двадцатому 49
Прохорова И. Е. Топос телесных наказаний в русской журналистике рубежа 1850-х — 1860-х годов 57
Козлов А. Е. Д. В. Григорович в оценке современных читателей (по отзывам az.Lib.Ru и litres) 64
Шатин Ю. В. Коммуникативные стратегии Дневника писателя 1873 года Достоевского на страницах журнала «Гражданин» 72
Жилякова Н. В. Проблемы актуализации творческого наследия дореволюционных писателей и журналистов Сибири 74
Мазуров А. Е. Рецепция творчества М. Е. Салтыкова-Щедрина в фельетонах Ф. В. Волховского в «Сибирской газете» (1882–1888 гг.) 81
Такмянин И. А. Тема науки и образования в региональной печати Сибири (на материалах «Сибирской газеты», Томск, 1881 г.) 88
Шинкарева А. П. Роль И. И. Попова как редактора и издателя в организации «восточного обозрения» (1894–1906) 95
Балашова Ю. Б. Медиакритика в школьном журнале начала XX века 102
Синегубова К. В. Особенности советской киножурналистики 1920-х годов (на примере газеты «Кино») 106
Беляев Е. Г., Прокопьев М. В. Манифест Оскара Янкуса между дискурсами русского и итальянского футуризма 112

Беглякова Е. С., Прокопьев М. В.
Графические изобразительные средства
как способ эмоционального воздействия на аудиторию
на материале журнала «Настоящее» (1928–1930) 122
Куликович В. И., Подольский Н. А. Серия книг «Память»:
от идеи до воплощения 128
Берендеева М. С., Мэн Ц. Сценарий труда
в структуре концептов **труд/劳动** на материале
русской и китайской публицистики 1940–1970 годов..... 133
Евдокимова Е. В. Медиаобразовательный потенциал
детских и молодежных изданий Новосибирской области
в 1990-х — начале 2000-х гг. 138
Пустовойт Ю. А. Личности, роли, актеры: особенности борьбы
за городской электорат в городах Сибири в 1994–2020 гг.
(анализ контрастных случаев) 143

МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Ершова В. Е. Качественное интервью
в контексте археологии медиа 150
Байбатырова Н. М. Онлайновые медиа Астраханского региона
как акторы политической коммуникативистики..... 158
Мордвинова П. А. Городские паблики «ВКонтакте»
как новые медиа: опыт Новосибирска..... 165
Юдина Е. Ю. Позиционирование гиперлокального
студенческого медиа
в современном медиапространстве..... 173
Березняков Д. В., Козлов С. В.
Концепция коммуникативного цикла (communication circuit)
в исследованиях книжной культуры 178

Журавель О. Д., Соловьева Е. Е. Репрезентация культурных событий музыкального театра в социальных медиа (на примере Новосибирского театра оперы и балета (НГАТОиБ)) 181
Кузнецова Е. В. Медиастратегии благотворительных фондов: на примере российского фонда помощи (Русфонда) 185
Филонова А. И. Взаимозависимость трансформации медиапространства и социальных процессов 192
Маркасов М. Ю. Персоносфера дидактики: «образ» учителя в современном медиапространстве 198
Хваленя С. В., Шишкина Н. И. Качество подготовки и выпуска средств массовой информации для детей и подростков в условиях современного медиапространства..... 203
Маняхин П. Б. (включен Минюстом РФ в реестр СМИ-иноагентов) Методологические подходы к исследованию видеоигр 208
Ярославцева А. Е. Драматургия мультимедийных проектов «Открой ссылку» и «Немецкий Томск» 212
Катенева И. Г. «Визуализируй это»: поисковые запросы как источник создания медиаконтента (на примере кейсов проекта «Исследования Яндекса») 220
Муха А. В. Типологическая характеристика телеканала «Пятница!»..... 226
Курманов Д. А. Характеристика «параллельного импорта» спортивных трансляций в системе медиатекстов (на примере русскоязычных тематических сообществ, посвященных «Формуле-1»)..... 231
Еремеев К. Д. СМИ и тенденция формирования зависимости от негативных новостных сообщений..... 237

Фарберович Олеся В., Фарберович Олег В. Зарубежный опыт популяризации идеи квантовых вычислений и квантовых компьютеров (по страницам научно-популярных журналов «Макс Планк Форшунг» (Германия) и «Технион» (Израиль) с 2007 по 2017 гг. 241
Позднякова Ю. С. Сибирская наука в СМИ (за период 2015–2020 гг.): динамика, темы, проблемы 248

ЯЗЫКИ СМИ, МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС

Хайянь Ч. Текст современных российских СМИ в грамматическом аспекте (причастие и его адъективированные омонимы) 251
Гимельштейн А. В. Медиа как пространство конфликта в процессе топонимической реставрации в Иркутске 256
Кушнаревич Е. В. Особенности речевой коммуникации в аудиоформатах новых медиа 261
Высоцкая И. В., Максимова Н. В. Обсценная лексика в современной коммуникативной ситуации (по результатам анкетирования студентов новосибирских вузов) 265
Машкович О. А. Репрезентация аксиологической доминанты естественности в медиапрактике ютубера 274
Могилатова М. В. Арготическая и жаргонная лексика на страницах дореволюционных региональных периодических изданий (на примере авантюрных романов-фельетонов В. В. Курицына) 282
Мокшин С. И. Стилистика подражания в новых брендах 288

Морина Л. А. Элокутивные параметры и их вербализация: из опыта риторического декодирования медиатекстов турбулентного периода 294
Шашкова В. Ю. Объекты адмиративной оценки в современных СМИ 302
Алфавитный указатель авторов 305

Научное издание

КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Материалы XII Всероссийской
научно-практической конференции
с международным участием
28 октября 2022 г.

Подготовка к печати *Ю. С. Елисеевой*
Верстка *А. С. Терешкиной*
Обложка *Е. В. Неклюдовой*
На обложке в качестве фона был использован
фрагмент изображения с ресурса *Header Vectors by Vecteezy*
(https://www.vecteezy.com/free-vector/header).

Подписано в печать 10.12.2022 г.
Формат 60 ×84 1/16. Уч.-изд. л. 19,5. Усл.-печ. л. 18,1.
Тираж 31 экз. Заказ № 269.

Издательско-полиграфический центр НГУ.
630090, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 2

ISBN 978-5-4437-1402-8