ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ

Ю.Н. Драчева, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, журналистики и теории коммуникации филологического факультета Вологодского государственного университета; e-mail: yulia.dracheva@mail.ru

Е.Н. Ильина, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, журналистики и теории коммуникации филологического факультета Вологодского государственного университета; e-mail: filfak@list.ru

ПАРТВОРК КАК ФЕНОМЕН В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ СМИ

Статья рассматривает партворк как периодическое коллекционное издание научно-популярного характера, существующее в системе современных СМИ и отражающее основные черты массовой культуры: космополитизм, коммерциализированность, развлекательность, визуализированность, массовость и серийность. Статья содержит обзор научной литературы, посвященной данному виду изданий, предлагается опыт типологии партворков. В качестве иллюстраций теоретических положений работы служат тексты более двадцати коллекций («Дамы эпохи. Моя коллекция кукол», «Властелин колец. Шахматы», «Куклы в народных костюмах» и др.). Лингвистический анализ направлен на выявление языковых средств воздействующего характера и определение когнитивных особенностей исследуемых текстов.

Ключевые слова: *история журналистики, партворк, лингвистика СМИ.*

This article examines the phenomenon of partwork as a periodic collection edition of popular scientific nature that exists in the system of modern media and reflects the main features of mass culture such as: cosmopolitanism, commercialization, entertainment, visualization, mass character and serial production. The article contains a review of scientific literature on this type of media, and also the typology of partworks are included. The espousing theoretical frameworks are illustrated with texts of more then twenty partworks ("Ladies of the Century. My Collection of Dolls", "Lord of the Rings. Chess collection", "Dolls in Folk Costumes", etc.). Due to linguistic analysis it is possible to identify the Russian language's elements of manipulating character and to define some cognitive features of the texts studied.

Key words: *history of journalism, partwork, linguistics of media.*

Введение

Развитие системы средств массовой информации происходит в контексте глобализации информационного воздействия, тесной взаимосвязи журналистики и экономики, активного развития технологий информационного обмена [Засурский, 2000]. Развитие системы СМИ в России предусматривает также тенденцию к дифференциации информационного влияния, регионализации и специали-

зации современных СМИ, в том числе в процессе заимствования и адаптации новых явлений медиарынка к условиям российской национальной системы [Вартанова, 2013]. К относительно новым явлениям в системе СМИ относится ***партворк*** — периодическое коллекционное издание, направленное на выпуск серийного продукта массового потребления и имеющее развлекательно-познавательный характер. Термин ***партворк*** (*патворк*, *партвок*) восходит к английскому *part-work* (от англ. *part* «часть» и *work* «работа»). Оксфордский словарь толкует его как «издание, выходящее в нескольких частях за определенный период времени»[1]. В русскоязычном дискурсе употребляются также описательные конструкции (*журнал-коллекция*, *коллекционное издание*), разъясняющие суть предлагаемого продукта. Партворк относится к развлекательно-познавательным изданиям, причем развлекательность стоит именно на первом месте, а познавательность вторична. В партворках успешно реализуются тенденции инфотейнмента в СМИ (использование игровых приемов в подаче новой информации) и эдьютейнмента в образовании (обучение через игру): развлекательность здесь характеризует способ подачи материала, а познавательность определяет энциклопедический, хотя и квазинаучный характер издания.

История формирования партворка как специализированного вида издания восходит к серийным книжным изданиям XIX в. (например, «Коллекция французских классиков» Ж.-Ж. Лефевра, «Британские авторы» Х.Б. Таухница, российские серии «Библиотека знаменитых писателей», «Нравственные романы для юношества» издателя М.О. Вольфа[2]). Современные партворки начинают свою историю с энциклопедических периодических изданий итальянского издательского дома «Де Агостини» (*De Agostini*), в частности, с выпуска географической энциклопедии «Миллион» (*Il Milione*), которая выходила с 1959 г. в 312 еженедельных выпусках по 32 страницы. В настоящее время холдингу «Де Агостини» принадлежит около половины мирового рынка партворков (с оборотом более 5 млрд евро в 2012 г., чистая прибыль более 500 млн евро). Широко известны также испанская компания «Дель Прадо» (*Del Prado*), французская компания «Ашет» (*Hachette*), являющаяся дочерней компанией французского медиагиганта «Лагардьер» (*Lagardère*),

[1] В словарной статье: “a publication appearing in several parts over a period of time”. См.: Oxford Dictionaries. Language matters [Электронный ресурс]. URL: http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/part-work?q= part-work (дата обращения: 31.01.2015).

[2] История книги: Учебник для вузов / Под ред. А.А. Говорова, Т.Г. Куприяновой. М.: Мир книги, 1998.

компания «Маршалл Кавендиш» (*Marshall Cavendish*), располагающаяся в Сингапуре и являющаяся дочерним предприятием «Таймс Паблишн Груп» (*Times Publishing Group*), британская компания «Мидсаммер Груп» (*Midsummer Group*) и др. На российский медиарынок партворки пришли сравнительно недавно, в середине 2000-х гг.[3], преимущественно посредством перевода и адаптации уже изданных коллекционных серий.

Определение партворка как самостоятельного вида издания, статистические наблюдения относительно его популярности и экономического эффекта от распространения в разных странах мира уже привлекали внимание исследователей [Копачан, 2013; Лучинская, 2009; Жилавская, 2011; Матвей, 2008; др.]. Вместе с тем определение места партворка в системе современных СМИ, создание типологии этого вида изданий, изучение лингвистической основы и визуальной эстетики, когнитивного и воздействующего потенциала партворков еще не было предметом отдельного научного исследования. Принимая во внимание активный потребительский интерес к партворкам, мы считаем необходимым восполнить этот пробел, сосредоточив свое внимание на русскоязычных версиях интернациональных партворков (например, «Дамы эпохи», «Властелин колец. Шахматы») и на тех коллекциях, которые непосредственно адресованы российскому потребителю (например, «Автолегенды СССР»).

Партворк как специализированный вид издания

Произведенная сплошная выборка партворков и мониторинг публикаций об этом типе изданий в русско- и англоязычном дискурсе позволили сформулировать основные положения о жанрообразующих характеристиках коллекционных журналов. В основе впервые предлагаемой типологии партворков лежит деятельностная концепция массовой коммуникации. Эстетическая составляющая партворков как текстов мидикультуры рассматривается с позиций теории массовой культуры. Вербальная составляющая партворков исследуются методом контент-анализа с учетом типологической и функциональной специфики креолизованных текстов.

Партворк включает в себя некий объект коллекционирования, который сопровождается информацией научно-популярного или

[3] Российский рынок периодической печати. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад / Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. М., 2005. С. 22. URL: http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2013/print-in-russia.html (дата обращения: 10.01.2015).

развлекательного характера. Этот вид издания занимает промежуточное положение между периодической печатью (журнальной прессой) и книгоизданием. Как компонент системы СМИ, партворк характеризуют следующие отличительные признаки: серийность, космополитизм, неопределенное (условное, коллективное) авторство, коммерциализированность, визуализированность и пр.

Серийность партворка на когнитивном уровне определяется спецификой такого вида человеческой деятельности как коллекционирование, включающее в себя сбор, изучение и систематизацию предметов, представляющих научный, художественный, познавательный и иной интерес[4]. Тематический состав серий ориентирован на традиционные виды коллекционирования (коллекционирование книг, монет, игрушек, экспонатов флоры и фауны; др.). Позиционируя коллекционирование как познавательный, увлекательный и престижный вид деятельности, поддерживая традиционно сложившийся в европейской культуре образ коллекционера как знатока и ценителя прекрасного, самоотверженно преданного своему делу, сохраняющего свидетельства культурной памяти прошлого, издатели партворков нередко предлагают в качестве объектов коллекционирования предметы, не обладающие большой ценностью (фоторепродукции известных картин, дешевые игрушки серийного производства и пр.), усиливая их значимость для потребителя с помощью текстового сопровождения коллекции.

Партворки ориентированы на массовое потребление и поэтому предполагают массовое производство. Распространение партворков представляет яркий пример товара, охватывающего разные аудитории (дети и взрослые; мужчины и женщины; специалисты и любители), стремящегося удовлетворить разные вкусы и хобби. Серийный выпуск партворков позволяет гибко реагировать на изменения рынка: если коллекция пользуется устойчивым спросом, то, как правило, количество выпусков в ней увеличивается. Тиражи первых и последних выпусков различаются в несколько раз. Издатели партворков признают, что разница в 20 и более процентов характеризует наиболее хорошо продающиеся серии[5]. В качестве примера приведем статистику распространения коллекции кукол

[4] *Напалкова А.* Игра в коллекционера // Эксперт Online. 2011. № 45 (778). 14 ноября. URL: https://expert.ru /expert/2011/45/gra-v-kollektsionera/ (дата обращения: 31.01.2015).

[5] Патворки 2012 — год последний? // Сайт Агентства распространения печати и информации «Сибирь». 2013. 30 января. URL: http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-34-44/267138-patvorki-2012-god-poslednij.html (дата обращения: 31.01.2015).

«Дамы эпохи»[6]: первый (рекламный) выпуск — 840 тыс. экз., второй — 500 тыс. экз., третий — 420 тыс. экз., десятый — 265 тыс. экз. семьдесят девятый — 45 тыс. экз. По приблизительным расчетам, разница составляет около 9–12%. Невысокий процент расхождений заставляет предположить, что основной доход издатели получают за счет значительного удешевления производства предметов коллекционирования, а также за счет значительного продления серий (сначала до сорокового (Шарлотта Стант, сентябрь 2012 г.), позже до восьмидесятого (Вера Шеина, апрель 2014 г.), до сотого (Констанция Бонасье, январь 2015 г.) и далее[7]). Рынок партворков, как в России, так и за рубежом, отличает весьма высокий разрыв между себестоимостью и рекомендуемой ценой[8].

С позиции теории конвергентной журналистики при обращении к массовой аудитории коллекционные издания успешно встраиваются в систему новых медиа, поскольку выход коллекции сопровождается теле- и радиорекламой, ее существование аккумулируется на интернет-сайтах издательских корпораций, а активная «обратная связь» обеспечивается разветвленной сетью тематических блогов, форумов и пр. Популярность партворков в массовой культуре привела к тому, что критики этого рода изданий указывают на психологическую проблему псевдоколлекционирования, которое усиливает фетишизацию вещей при утрате подлинной художественной ценности коллекции[9] и обращаются к этическим проблемам, в частности, к проблеме агрессивной рекламы партворков, ориентированных на детскую аудиторию[10].

Космополитизм партворка выражается в изданиях наднациональных серий, которые могут в разных странах изменяться в той или иной степени под влиянием национальных культурных традиций, предпочтений, вкусов покупателей, как и любой мировой бренд на национальных рынках. Так, например, на фоне партворка «Куклы в костюмах народов мира»[11], воплотившего всеобщий ин-

---

[6] Дамы эпохи. Моя коллекция кукол // Сайт российского представительства издательского дома «Де Агостини». URL: http:// damas.deagostini.ru (дата обращения: 31.01.2015).

[7] Там же.

[8] *Horton J.* Parting with your cash for part-work collections // The Scotsman. 2004. 2 февраля. URL: http://www.scotsman.com/news/parting-with-your-cash-for-part-work-collections-1-921986 (дата обращения: 31.01.2015).

[9] *Бодрийяр Ж.* Система вещей / Пер. с фр. М.: Рудомино, 1999..

[10] Как корреспондент «КомиОнлайна» гонялся за детскими интеллектуальными коллекциями // Информационный портал «КомиОнлайн». 2009. 30 сентября. URL: http://komionline.ru/ news/16995 (дата обращения: 31.01.2015).

[11] Куклы в костюмах народов мира. Вып. 1–28. М.: Де Агостини, 2014–2015.

терес к этнографии, существует серия «Куклы в народных костюмах»[12], репрезентирующая этническую историю народов Российской Империи, Советского Союза и современной России, а также стран, имевших с этими государствами давние культурно-экономические связи. Другой пример национальной адаптации коллекций представляет серия «Дамы эпохи», некоторые выпуски которой были адресованы читателям отдельных стран (России: Булгаковская Маргарита, Соня Мармеладова[13]; Польши: Барбара Нехциц, Марыня Плавицкая)[14].

Космополитизм обусловливает еще одну интересную особенность массовой культуры — утрату автора. Характер распространения информации в современном мире приводит к условности авторства текстовых и нетекстовых произведений. Таким же образом и партворки являются продуктом неопределенного коллективного авторства (журналистов, редакторов, маркетологов, переводчиков и т.д.), а вследствие этого — весьма вольного обращения с исходным авторским замыслом. Например, тексты партворка «Властелин колец»[15], ориентированы скорее не на роман Дж. Р.Р. Толкина, а на художественный фильм «Властелин колец: Возвращение короля», созданный киностудией «Нью Лайн Синема» (*New Line Cinema*). Тексты коллекционных выпусков позиционируют виртуальный мир Средиземья, в первую очередь, как пространство битвы светлых и темных сил, одновременно знакомя читателя с историей шахмат, предлагая ему освоить искусство шахматной игры. Отсюда очевидный ментальный «перекос» коллекции в сторону избыточной персонификации представителей «черной» и «белой» армий. Это касается включения в состав фигур столиц Гондора и башен темных сил (ладьи), ранжирования персонажей «братства Кольца» между фигурами (Арагорн, Гэндальф, Леголас) и пешками (Фродо, Сэм, Пиппин, Мери, Гимли), а также детализации «черных», среди которых отсутствуют весьма значимые для романа Толкина персонажи (например, Саруман), но в избытке представлены орки-барабанщики, лучники, дровосеки и пр.

Партворк как массовое издание обладает свойством коммерциализированности. Это проявляется в том, что его издание и продвижение определяется законами рынка. Модель рыночной реализации партворков направлена на получение максимальной

---

[12] Куклы в народных костюмах. Вып. 1–79. М.: Де Агостини, 2012–2015.

[13] Дамы эпохи. Моя коллекция кукол. Вып. 1–100. М.: Де Агостини, 2011–2014.

[14] Damy z minionych epok: описание коллекции [Электронный ресурс]. URL: http://www.kolekcjadamy.pl (дата обращения: 31.01.2015).

[15] Властелин колец. Шахматы. Вып. 1–28. М.: Иглмосс Эдишинз, 2013–2015.

прибыли. Необходимость повышения продаж требует от издателя специализированных затрат на изучение потребительского вкуса, на анализ фокус-групп, на запуск пробных (тестовых) выпусков, на дорогую рекламную кампанию. В качестве экономически оправданных затрат рассматривается убыточность первого выпуска: этот маркетинговый ход рассчитан на привлечение как можно большего количества будущих покупателей всей серии. Рентабельность изданий партворков поддерживается низкой себестоимостью предметов коллекционирования (как правило, серийного производства в КНР), завышенной во много раз ценой, постоянно подогреваемым интересом к коллекции. При успешной реализации серии ее выпуск в некоторых случаях продлевается, но обычно дата выхода последних выпусков коллекции известна. Это в значительной мере и отличает партворки от журналов.

Текстовое сопровождение объектов коллекционирования в партворке реализует основной принцип рекламы: *товар — образ — эмоция — действие* [Фельсер, 2009]. Так, например, в текстах коллекции кукол «Дамы эпохи» для этого используется сжатый *пересказ сюжета* исходного текста, сопровождаемый *характеристикой образа* героини, включение в тексты статей *словарных комментариев* и *визуальных иллюстраций*. Все это подчинено вполне понятной цели: создать образ героини, олицетворяющей не столько авторский замысел, сколько усредненное представление о культуре, быте и нравах некоей эпохи — цыганки Кармен, «святой блудницы» Сони Мармеладовой, страдающей аристократки Анны Карениной. Предлагаемый потребителю товар (кукла «*Анна Каренина*»[16]) сопровождается образом «*русская аристократка второй половины XIX века*», наделяется эмоциональной доминантой «*женщина, потерявшая себя*» и формирует у потребителя готовность к действию: купить, ориентируясь на авторство текста («*Анна Каренина. Это Толстого кукла*»), детали сюжета («*под поезд бросилась*»), национальную принадлежность («*это русская кукла*»), время жизни героини («*там написано про нее, когда она жила*»), эмоциональное отношение к героине («*жалко ее, у нее сына отобрали*»), преследуя другие интересы («*я внучкам покупала куклы, которых сама знаю; чтобы они книжки читали*»).

Успешность партворка на медиарынке обусловлена таким его свойством, как визуализованность. Многие коллекционные серии предлагают потребителю весьма успешное сочетание визуализованной информации со звуком («Путешествие по Европе»[17]) или

[16] Дамы эпохи. Моя коллекция кукол. Вып. 11. М.: Де Агостини, 2011.
[17] Путешествие по Европе. Вып. 1–50. М.: Де Агостини, 2013–2014.

тактильными ощущениями («Энергия камней»[18], «Двенадцать апостолов»[19] и др.). Визуализация является одним из определяющих факторов продажи партворков: это и визуализация результата при выходе модельных серий, и качественные фотоматериалы и иллюстрации в журнале, и красивый «подарок» (фигурки, диски, в собранном виде представляющие мозаичный рисунок, игрушки в детских сериях, модели, образцы минералов, косметика, духи, наборы или инструменты для шитья, рисования, украшения тортов, пластиковая посуда и т.д.) в каждом выпуске, и часто ссылки на функционирующий как визуально воспринимаемый образ — хорошо известный объект массовой культуры: популярные фильмы («Шахматы Гарри Поттера»[20]), мультфильмы («Маша и Медведь»[21]), известные картины («50 художников. Шедевры русской живописи»[22]), фотографии знаменитостей («История в женских портретах»[23]) и т.д. Продуктивность партнерства телевизионных компаний и издательских домов, специализирующихся на партворках, может быть успешно продемонстрирована на примере взаимодействия холдинга «Де Агостини» и телевизионного канала, посвященного истории войн (*Military History Channel*, принадлежит *Sky Media Group*) при выпуске в Великобритании в 2009 г. партворка «Коллекция боевых танков» (*The Combat Tanks Collection*)[24].

Классификация партворков

Типология партворков может быть организована на различных основаниях. Одно из этих оснований — **тип деятельности** потенциального потребителя: ***коллекционер***, собирающий однородные объекты, ***мастер***, создающий с помощью предлагаемых партворком деталей и технологий новый объект (модель корабля, железной дороги и пр.), ***игрок***, осваивающий с помощью партворка мастерство каких-либо настольных игр (шахматы, шашки, нарды и пр.). Соответственно для коллекционеров предназначены «открытые» коллекции, количество экземпляров в которых не регламентиро-

[18] Энергия камней. Вып. 1–21. М.: Де Агостини, 2014–2015.

[19] Линейный корабль «Двенадцать апостолов». Вып. 1–99. М.: Де Агостини, 2013–2015.

[20] Шахматы Гарри Поттера. Вып. 1–81. М.: Де Агостини, 2011–2013.

[21] Маша и Медведь. Вып. 1–22. М.: Оригами, 2013–2014.

[22] 50 художников. Шедевры русской живописи. Вып. 1–70. М.: Де Агостини, 2010–2012.

[23] История в женских портретах. Вып. 1–100. М.: Де Агостини, 2013–2014.

[24] De Agostini and Military History // Sky Media [Электронный ресурс]. URL: http://www.skymedia.co.uk/Insight/ Case-Studies/de-agostini-and-military-history.aspx

вано и определяется преимущественно потребительским спросом. Для мастеров-технологов и игроков создаются «закрытые» коллекции, количество выпусков в которых определяется набором деталей, необходимых для сборки одной модели, или количеством фигур, предназначенных для игры.

Типология партворков ориентируется на различные виды коллекционной деятельности. В соответствии с этим различаются типы партворков в зависимости от предлагаемых **объектов коллекционирования**: монет, памятных знаков, почтовых марок, книг, репродукций картин, технологических механизмов (часы, телескоп, 3D-принтер), бытовых предметов (ножи), фигурок (кукол, животных, шахматных фигур), видеофильмов, моделей различных видов техники (автомобилей, самолетов, танков), природных объектов (минералов, насекомых) и пр.

Типология партворка должна учитывать также особенности **прецедентной фокусировки** коллекций. Это соотнесенность с определенной ***сферой деятельности***: *наукой* («Мир математики»[25]), *искусством* («Музыкальные инструменты»[26]), *рукоделием* («Куклы в народных костюмах»[27]), *путешествиями* («Путешествие по Европе»[28]) и пр. Это связь с различными ***прецедентными культурными текстами***: литературными произведениями («Дамы эпохи»[29]), художественными фильмами («Властелин колец»[30]), живописными полотнами («50 художников. Шедевры русской живописи»[31]) и др. Это также соотнесенность с ***прецедентным хронотопом***: например, Российская Империя / Советский Союз в системе исторического взаимодействия с различными населяющими ее народами для коллекции «Куклы в народных костюмах»[32], современная Европа в совокупности ее знаменитых туристических объектов для коллекции «Путешествие по Европе»[33], вымышленный хронотоп Средиземья для коллекции «Властелин колец»[34] и пр.

Партворки могут различаться по признаку **гендерной отнесенности**, связанной с преимущественно «мужскими» (моделизм, увлечение «мужскими видами спорта» и пр.) или «женскими» видами

---

[25] Мир математики. Вып. 1–45. М.: Де Агостини, 2014.

[26] Музыкальные инструменты. Вып. 1–28. М.: Ашет коллекция, 2014–2015.

[27] Куклы в народных костюмах. Вып. 1–79. М.: Де Агостини, 2012–2015.

[28] Путешествие по Европе. Вып. 1–50. М.: Де Агостини, 2013–2014.

[29] Дамы эпохи. Моя коллекция кукол. Вып. 1–100. М.: Де Агостини, 2011–2014.

[30] Властелин колец. Шахматы. Вып. 1–28. М.: Иглмосс Эдишинз, 2013–2015.

[31] 50 художников. Шедевры русской живописи. Вып. 1–70. М.: Де Агостини, 2010–2012.

[32] Куклы в народных костюмах. Вып. 1–79. М.: Де Агостини, 2012–2015.

[33] Путешествие по Европе. Вып. 1–50. М.: Де Агостини, 2013–2014.

[34] Властелин колец. Шахматы. Вып. 1–28. М.: Иглмосс Эдишинз, 2013–2015.

деятельности (рукоделие, кулинария и пр.). Выделяются также «детские» коллекции, предлагающие в качестве объектов коллекционирования мягкие игрушки, пластмассовые фигурки персонажей известных детских книг или фильмов и пр. Для некоторых коллекций гендерная и возрастная отнесенность не может быть определена однозначно (например, серия «Занимательные головоломки»[35]).

Партворк, являясь продуктом массовой культуры, реализует ее основные черты (космополитизм, коммерциализированность, массовость и серийность, развлекательность, визуализированность), продолжая тем самым традиции издания печатной продукции широкого потребления. В истории и зарубежной, и российской массовой культуры уже существовал дешевый и доступный для населения информационный продукт развлекательно-агитационного характера. В России этот феномен назывался лубком, «потешными листами». Традиции лубочной литературы, потешных картинок достаточно явно обнаруживаются в партворках. Помимо воспроизводимости, тиражности, дешевизны, доступности сходство прослеживается и в особенностях подачи информации. И в лубке, и в журнале-коллекции (разумеется, на более высоком технологическом уровне) проявляются такие черты, как условность в трактовке тем и сюжетов, «раскадровка» художественного времени и пространства в нескольких тематически объединенных частях одной работы (клеймах), мультипликативность материала, объединение в одной плоскости реальности и фантазии, декоративности и утилитарности, использование многообразных средств художественной выразительности (аллегория, гротеск, метафора, символ, гипербола, ирония и пр.) [Захарова, 2012; Драчева, Ильина 2014]. Ярким примером реализации лубковой эстетики в партворке может служить коллекция «Куклы в народных костюмах»[36] издательского дома «Де Агостини». Серия представляет целостный образ нашей страны посредством фрагментарного, мозаичного описания отдельных территорий или этнических групп в ряде тематических рубрик («*История места*», «*Преданья старины красивой*», «*Что здесь носили*?», «*Разбор костюма*», «*Во что здесь играли*?», «*Культура места*»), кроме того, на страницах журналов выделяются меньшие по объему специализированные рубрики, своеобразные клейма («*Лоскутик истории*», «*Словарь*», «*Старо предание*», «*Узелок на память*», «*Связующая нить*», «*Разбираем орнамент*», «*Мастерская*», «*Для перекуса*»). Каждый информационный блок

[35] Занимательные головоломки. Вып. 1–60. М.: Де Агостини, 2012–2014.
[36] Куклы в народных костюмах. Вып. 1–79. М.: Де Агостини, 2012–2015.

сопровождается иллюстративным материалом (картины, фотографии и пр.). Особенностью партворка «Куклы в народных костюмах» является подчеркнутая персонификация мужского и женского начала в парных выпусках (женский и мужской костюм), отражающая гендерные стереотипы в трудовой деятельности, играх, словесном творчестве, художественных промыслах и т. д. Так, если в «женском» журнале Московская земля представлена как «*ситцевый край*», «*родина матрешки*» и «*кукольное царство*», в качестве традиционных женских занятий представлены шитье, ткачество, вышивка, кружевоплетение, из развлечений характеризуются детские игры («*у медведя во бору*», «*пьяница*»), как образцы словесного творчества приводятся *дразнилки* и *докучные сказки*[37], то «мужская» версия коллекции говорит о Москве как о «*сердце России*», рассказывает о традиционных художественных промыслах Московской губернии, сосредоточенных в Гжели, Жостове и Сергиевом Посаде, описывает традиционные мужские забавы — лапту и кулачные бои[38]. По-видимому, обнаруживаемая в партворке «Куклы в народных костюмах» корреляция словесного и визуального кода описываемой местности позволяет наиболее доступно донести нужные сведения до читателей, а также способствует сохранению баланса между развлекательностью и информативностью.

Тенденциозность партворка выражается в выборе средств и способов репрезентации общественно значимых идей. Одну из таких идей представляет создание образа России в сознании потребителя партворков. Этот образ репрезентируют многие русскоязычные коллекции, акцентируя внимание читателя на различных его составляющих.

Идею этнического и конфессионального разнообразия России, развития культурной толерантности воплощает коллекция «Куклы в народных костюмах»[39]. Этому способствует вербализация авто- и гетеростереотипов восприятия быта и нравов жителей различных территорий, реконструкция прецедентных образов культуры места, представление содержания этнографически ориентированных произведений изобразительного искусства и художественной литературы. Образ России, создаваемый выпусками данной коллекции, способствует формированию стереотипизированных представлений о российском государстве в русскоязычном мире. Большинство выпусков серии «Куклы в народных костюмах» представляют костюмы жителей губерний Российской империи («Летний костюм

[37] Куклы в народных костюмах. Вып. 1. М.: Де Агостини, 2012.
[38] Куклы в народных костюмах. Спецвыпуск 1. М.: Де Агостини, 2013.
[39] Куклы в народных костюмах. Вып. 1–79. М.: Де Агостини, 2012–2015.

Костромской губернии») и стран, в разное время входивших в состав СССР («Латышский праздничный костюм»). Некоторые выпуски посвящены этническим группам русского и нерусского населения с локальной территорией проживания («Праздничный костюм немки Поволжья») или без локального проживания («Цыганский девичий костюм»). Отдельные журналы описывают народы, территория расселения которых никогда не входила в состав России, несмотря на тесные культурно-исторические связи («Сербский праздничный костюм»). Серия «Куклы в народных костюмах» ожидаемо транслирует народную культуру разных этнических групп, но подспудно описывает две империи, последовательно существовавшие на территории России, СНГ и сопредельных стран. Создается образ великой державы, покровительствующей и помогающей дружественным народам: «*Кочевой образ жизни способствовал раздробленности народа, междоусобным войнам. После вхождения казахских земель в состав Российской империи они прекратились, усилились торговые и культурные связи между разными регионами, благодаря чему произошло объединение казахов в нацию*»[40].

Русскоязычные партворки вносят свой вклад в формирование образа России как государства, внесшего значительный вклад в развитие науки и современных технологий, в европейскую элитарную культуру и искусство. Образ российской технологической культуры создают тексты партворков, посвященных знаменитым конструкторским разработкам в области автомобилестроения («Победа ГАЗ М-20»[41]), танкостроения («Русские танки»[42], «Танк Т-34»[43]), паровозостроения («Паровозы и бронепоезда СССР»[44]), самолетостроения («Легендарные самолеты»[45]), сооружения военных кораблей («Двенадцать апостолов»[46]). Целевая аудитория этих коллекционных изданий — любители-моделисты, создающие своими руками модели знаменитых сооружений прошлого. В связи с этим значительный объем текста посвящен истории создания того или иного сооружения, его техническим характеристикам, а также технологическим приемам воссоздания образа того или иного механизма в предлагаемой модели (самолета, автомобиля, танка, парусного

[40] Куклы в народных костюмах. Вып. 28. М.: Де Агостини, 2013. С. 4–5.

[41] Победа ГАЗ М-20. Вып. 1–100. М.: Де Агостини, 2013–2015.

[42] Русские танки. Вып. 1–110. М.: Иглмосс Эдишинз, 2010–2014.

[43] Танк Т-34. Вып. 1–55. М.: Иглмосс Эдишинз, 2014–2015.

[44] Паровозы и бронепоезда СССР // Боевые знаки. Досье коллекция. Вып. 9. М.: ООО МА «Северная Венеция», 2010.

[45] Легендарные самолеты. Вып. 1–104. М.: Де Агостини, 2011–2015.

[46] Линейный корабль «Двенадцать апостолов». Вып. 1–99. М.: Де Агостини, 2013–2015.

судна, паровоза и пр.). Значительную часть таких изданий составляют тексты, формирующие образ России как государства, обладающего уникальной технологической мощью. Так, например, тексты партворка «Двенадцать апостолов» издательского дома «Де Агостини» создают образ знаменитого парусного судна, гордости российского военного флота, знаменитого своими подвигами в Крымской войне 1853–1854 гг., навеки связанного с именами знаменитых российских адмиралов В.А. Корнилова и П.С. Нахимова[47].

Образ российской науки в журнальных коллекциях может быть синтезирован как на основе «технологических» серий, так и с помощью отдельных выпусков коллекций «Галилео. Наука опытным путем»[48] (*М.В. Ломоносов*, *Д.И. Менделеев, И.П. Павлов* и др.), «Мир математики»[49] (*С.В. Ковалевская*, *Н.И. Лобачевский* и др.) и др. Формирование образа российской науки вряд ли относится к первоочередным задачам коллекций, предлагающих лабораторное оборудование для детских опытов, серию книг научно-популярного характера или модель Солнечной системы, вместе с тем тексты этих журнальных коллекций связывают с российской наукой появление серьезных научных открытий: закона сохранения вещества, обоснование теории рефлексов, создание периодической системы и «альтернативной» геометрии и др.

Создаваемый в партворках образ научного потенциала России и ее технологической мощи преимущественно связан с прецедентными мужскими именами. На этом фоне весьма отчетливо проступает тенденция к представлению образа российской гуманитарной культуры с помощью описания «женского» мира. Это, например, отдельные выпуски коллекции «История в женских портретах»[50], посвященные знаменитым женщинам прошлого: императрице *Екатерине II*, поэтессе *Марине Цветаевой*, актрисам *Фаине Раневской* и *Любови Орловой*. Образы персонажей русской классической литературы воссозданы в коллекционной серии кукол «Дамы эпохи»[51]: *Соня Мармеладова*, *Татьяна Ларина*, *Анна Каренина*, *Лариса Огудалова*, булгаковская *Маргарита* и др.

Изучение партворка как самостоятельного феномена современной системы средств массовой информации может быть продолжено в различных направлениях, предполагающих анализ когнитивного потенциала партворков, их текстовой и иллюстративной

[47] Там же.
[48] Галилео. Наука опытным путем. Вып. 1–70. М.: Де Агостини, 2011–2013.
[49] Мир математики. Вып. 1–45. М.: Де Агостини, 2014.
[50] История в женских портретах. Вып. 1–100. М.: Де Агостини, 2013–2014.
[51] Дамы эпохи. Моя коллекция кукол. Вып. 1–100. М.: Де Агостини, 2011–2014.

основы, дидактических возможностей и пр. В качестве одного из перспективных направлений может быть обозначен также ***партворкинг*** — система продвижения информации от издателей партворков к их потребителям посредством использования конвергентных технологий, включающих в себя радио- и телерекламу, публикации на интернет-сайтах, коммуникацию в блогах, проведение различного рода рекламных и PR-акций.

Статья подготовлена при финансовой поддержке Гранта Президента Российской Федерации (*соглашение МК 5977.2015.6*).

Список литературы

Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2013.

Драчева Ю.Н., Ильина Е.Н. Партворк «Куклы в народных костюмах»: коммуникативные особенности, лингвистическая основа, дидактический потенциал // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2014. Вып. 10 (151). С. 140–145.

Драчева Ю.Н., Ильина Е.Н. Традиции лубка в современном партворке // Журналистика и культура: сб. науч. статей I Междунар. науч.-практ. конф. Пенза: Изд-во ПГУ, 2014. С. 10–13.

Жилавская И.В. Медиаобразовательные технологии печатных СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 5. С. 107–118.

Засурский Я.Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / Отв. ред. Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000.

Захарова М.Е. Лубок как явление российской массовой культуры XIX в. // Известия Пензенского гос. пед. ун-та им. В.Г. Белинского. 2012. № 27. С. 634–637.

Копачан Я.Г. Типология современных журналов-травелогов // Вестн. Санкт-Петерб. гос. ун-та технологии и дизайна. Сер. 2: Искусствоведение. Филологические науки. 2013. № 4. С. 60–62.

Лучинская С.Ю. Журналы-травелоги в условиях глобализации масс-медиа: Дисс. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2009.

Матвей В.С. Партворки // Библиография. Научный журнал по библиографоведению и книговедению. 2008. № 4. С. 93–97.

Фельсер Г. Психология потребителей и реклама / Пер. с нем. Харьков: Гуманитарный центр, 2009.

Поступила в редакцию
01.02.2015