Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Основан в ноябре 1946 г.

Lomonosov Journalism Journal

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**
Издательство Московского университета

№ 1 (48) • 2023 • ЯНВАРЬ—ФЕВРАЛЬ
Выходит один раз в два месяца

Содержание

Современная журналистика: тематика и проблематика

Фролова Т. И., Истомина К. Д. Дискурс инвалидности в общеполитической и специализированной периодике России (на примере материалов о людях с нарушениями слуха).....3

Язык СМИ

Дускаева Л. Р. Речевая организация метатекста телеграм-поста.....30
Выровцева Е. В., Симакова С. И., Топчий И. В. Эстетический контраст в новостном дискурсе: создание комического эффекта.....66

Новые медиа

Бодрунова С. С. Кумулятивная делиберация: новая нормативность в изучении публичных сфер онлайн.....87
Разумова Д. В. Качественность и сенсационность в популярных видео о пандемии коронавируса на платформе *YouTube*.....123

История журналистики

Шишкин Н. Э. Отечественные печатные издания о видео 1980–1990-х гг. 142
Даниелян Т. Р. Деятельность цензора С. Мелик-Мегрибова в Кавказском цензурном комитете (1872–1890 гг.) 164
Яблоновская Н. В. Формирование системы этнической прессы в Крыму в 1920-е гг. 188

CONTENTS

Modern Journalism: Subjects and Issues

Tatyana I. Frolova, Ksenia D. Istomina. Disability Discourse in Russian General Interest and Specialized Periodicals (a Case Study of Materials About People with Hearing Disorders) 4

Media Language

Lilia R. Duskaeva. Speech Organization of the Metatext in Telegram Posts 30

Ekaterina V. Vyrovtseva, Svetlana I. Simakova, Irina V. Topchii. Aesthetic Contrast in News Discourse: Creating a Comic Effect 66

New Media

Svetlana S. Bodrunova. Cumulative Deliberation: New Normativity in Studying Public Spheres Online 88

Daria V. Razumova. Quality and Sensationalism in Popular Videos about the Coronavirus Pandemic on the YouTube Platform.....123

History of Journalism

Nikolay E. Shishkin. Russian Print Publications about Videos of the 1980s–1990s 142

Taron R. Danielyan. The Activities of Censor S. Melik-Mehrabov in the Caucasus Censorship Committee (1872–1890).....164

Natalia V. Yablonovskaya. Development Features of the Ethnic Press System in Crimea During the 1920s.....188

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2023

СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА

Фролова Татьяна Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры цифровой журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: t_frolova@bk.ru

Истомина Ксения Дмитриевна, аспирантка кафедры цифровой журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: psy.ksenia.istomina@mail.ru

ДИСКУРС ИНВАЛИДНОСТИ В ОБЩЕПОЛИТИЧЕСКОЙ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ПЕРИОДИКЕ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ О ЛЮДЯХ С НАРУШЕНИЯМИ СЛУХА)

Авторы представляют результаты исследования содержательных моделей российских СМИ в аспекте социальной инклюзии людей с ОВЗ (в данном случае – с нарушениями слуха). Материалы четырех общероссийских газет и двух специализированных изданий (всего 1 144 публикации) рассмотрены с использованием метода контент-анализа. Выявлены тематические и функциональные особенности текстов обеих групп изданий, сравниваются стратегии вовлечения глухих в общественные практики, реализуемые изданиями. В редакционных концепциях выявлены значительные просчеты, обусловленные опорой на традиционные представления об инвалидности, не отражающие современных подходов. Это объясняет ориентированность медийного дискурса по большей части на выживание, приспособление, адаптацию людей с ОВЗ. Поскольку социальная инклюзия как идеологическая основа нового понимания инвалидности недостаточно освоена журналистами, СМИ нуждаются в пересмотре устаревших подходов и актуализации своих тематических повесток.

***Ключевые слова**: СМИ, социальная инклюзия, социализация, адаптация, интеграция, люди с ОВЗ, глухие.*

Tatyana I. Frolova, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: t_frolova@bk.ru

Ksenia D. Istomina, PhD student at the Chair of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: psy.ksenia.istomina@mail.ru

DISABILITY DISCOURSE IN RUSSIAN GENERAL INTEREST AND SPECIALIZED PERIODICALS (A CASE STUDY OF MATERIALS ABOUT PEOPLE WITH HEARING DISORDERS)

The authors present the results of a study into the content models of Russian mass media in terms of the principles of social inclusion for people with disabilities (on the example of those with hearing disorders). The practice of four general interest newspapers and two specialized publications (1 144 articles: 143 + 1 001 respectively) was considered using the content analysis technique. Thematic and functional features of the texts in both groups were revealed; strategies for involving the deaf in social practices carried out by the publications were compared. The authors came to the conclusion that there are significant misjudgments in the editorial concepts because of the reliance on the traditional ideas about disability that do not reflect modern approaches. This explains the spontaneity of the media discourse, which is more focused on the survival and adaptation of people with disabilities. Social inclusion as an ideological basis for a new understanding of disability has not been sufficiently mastered by journalists. The media need to revise obsolete approaches and update their thematic agendas.

***Key words**: mass media, social inclusion, socialization, adaptation, integration, people with disabilities, the deaf.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.329

Актуальность

Поворот исследовательского внимания к гуманитарным ценностям общества (Фролова, 2014; Демина, 2021) во всем мире способствует популяризации исследований в области инвалидности и представленности этой проблематики в медийной сфере. В информационном поле все больше внимания уделяется людям с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и обеспечению им равных прав и возможностей. Поскольку массмедиа являются важнейшим ресурсом вовлечения людей с инвалидностью в общественные практики, представляется необходимым исследовать эту актуальную проблему. Важно рассмотреть данный феномен в возможно более широком контексте, сопоставив

медийный опыт с приоритетами социальной политики, цель которой заявлена как достижение открытого и доступного общества для всех граждан.

Согласно Федеральному закону «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», целью государственной политики является обеспечение инвалидам равных с другими гражданами возможностей в реализации гражданских, экономических, политических и других прав и свобод, предусмотренных Конституцией Российской Федерации, а также в соответствии с общепризнанными принципами и нормами международного права и международными договорами Российской Федерации[1]. В частности, расширение этой глобальной установки находим в «Конвенции о правах инвалидов», цель которой заключается в поощрении, защите и обеспечении полного и равного осуществления всеми инвалидами всех прав человека и основных свобод[2].

Основываясь на понимании базовых функций СМИ (коммуникативной, информационно-познавательной, ценностно-ориентирующей, социально-организационной и функции психической регуляции) как исходном представлении о функциональном своеобразии медиа, мы видим цель данной работы в оценке реальной практики СМИ по вовлечению глухих и слабослышащих в социальное взаимодействие в аспекте ее соответствия заявленным приоритетам государственной социальной политики. Здесь требуется существенное уточнение: названное сообщество многочисленно и неоднородно, в связи с чем имеет смысл исследовать стратегии вовлечения, опираясь непосредственно на специфику инвалидности. Общая цель социальной инклюзии существенно зависит от этой специфики и предписывает использование различных средств ее реализации. В данном исследовании мы рассматриваем глухих как отдельную группу, заслуживающую подробного изучения с точки зрения вовлечения их в общество посредством медиа, поскольку наличие своего языка, культуры общения, традиций позволяет рассматривать сообщество глухих как самостоятельную социальную единицу.

Обозначим эти особенности. Общая численность населения России на 1 января 2022 г. составляла 145 557 576 человек[3]; при этом, согласно общероссийскому регистру людей с нарушением слуха, примерно 9 млн жителей нашей страны являются глухими/слабослышащими (точная цифра неизвестна ввиду наличия разных методик подсчета)[4], т. е. примерно 6% граждан РФ –

немалое число наших соотечественников – имеют нарушения слуха. Существует две категории лиц с нарушением слуха – глухие и слабослышащие (Епифанцева, 2007). Данные термины обозначают степень нарушения слуха, однако обе категории принадлежат к социальной группе «глухих». Данный термин, при рассмотрении его в культурном дискурсе, отражает не столько факт нарушения слуха, сколько отношение к самой культуре данного сообщества и служит неким подтверждением принадлежности к группе, что важно, поскольку данное сообщество имеет свои традиции, культуру общения и язык – иными словами, свою субкультуру.

Исходя из сказанного, обозначим исследовательские вопросы. Каковы тематические и функциональные особенности репрезентации проблематики людей с ОВЗ (в нашем случае глухих и слабослышащих) в массовом и специализированном медиадискурсах? В какой степени они выполняют общественно значимую цель инклюзии этой социальной группы? Каковы сходства и различия в практике СМИ разных видов? Решает ли совокупный дискурс этих изданий указанную задачу? Ответы позволят приблизить к пониманию коммуникативного пространства этой социальной группы и, как следствие, понять меру соответствия медиапрактик задачам социальной инклюзии.

История изучения вопроса

Обозначим стартовые методологические позиции. Анализ теоретических источников показал, что при исследовании стратегий вовлечения лиц с ОВЗ наиболее часто используются понятия «интеграция», а также «адаптация», «социализация» и «инклюзия», которые отражают уровни вовлечения, что чрезвычайно существенно в оценке функциональных особенностей медиадискурса инвалидности.

Понятие «адаптация» в различных зарубежных и отечественных источниках подразумевает разное: уравновешивание между какой-то системой и внешними условиями (Шустова, 1999), вхождение человека в социальную группу (Мид, 2009), защитный механизм для преодоления психологического дискомфорта (Фестингер, 1999), набор приспособительных реакций для восстановления равновесия между человеком и средой (Шибутани, 1969), непрерывный коммуникативный процесс для вырабатыва-

ния новых способов взаимодействия с различными структурными элементами социальной среды (Свиридов, 2002) и др. Таким образом, понятие адаптации может быть определено как *процесс приспособления человека к внешним условиям, в том числе к социальной среде*.

«Социализация» описывается как социальное научение (Скворцова, 1998), взаимодействие людей (Горбунова, 2011), ролевая тренировка (Ритцер, 2002), включение индивида в социальную систему путем интернализации общепринятых норм и ценностей (Ковалев, 1997), приспособление к среде путем усвоения заданных обществом норм и правил (Piaget, 1932; Kohlberg, 1973), а также активное воспроизводство индивидом системы социальных связей за счет активной деятельности (Андреева, 2017). В целом социализация может быть определена как *процесс научения индивида с целью успешного функционирования в обществе*.

В контексте вовлечения людей с ОВЗ в общество часто используется понятие «интеграция», понимаемое по-разному: упорядоченное взаимодействие между индивидами, социальными группами строится на отношениях автономии и зависимости между его участниками (Гидденс, 2005); сходство индивидов становится фундаментом социально-интеграционных процессов, при этом крайне важна степень данного сходства и его специфика, характерные черты (Сорокин, 2002); интеграция социальной системы строится на базе общих для всех ее членов ценностей и норм (Park, 1969); социальная интеграция есть полная интеграция общества (Седов, 1995). Понятие интеграции может быть определено как *активное взаимодействие между индивидами на базе социума*.

«Инклюзия» в контексте инвалидности имеет особый смысл и означает включенность (Близнюк, 2016), процесс реального вхождения людей с инвалидностью в активную общественную жизнь. Концепция социальной инклюзии лиц с ОВЗ строится на идее инклюзивного общества, где разнообразие видится ресурсом устойчивого социального развития и обеспечивает равное отношение и сопричастность общечеловеческой культуре во всех социальных практиках всем без исключения людям (Афонькина, 2015). Здесь крайне важным представляется выделить отличия инклюзии от интеграции, т. к. у данных понятий, безусловно, присутствуют общие черты. Инклюзия предполагает не просто помещение человека с ОВЗ в общую среду, а создание необходимых условий для успешного функционирования в данной среде. Интеграция,

в свою очередь, является результатом инклюзии лиц с ОВЗ в широкое сообщество с целью укрепления у них чувства принадлежности к обществу. Суть инклюзии в том, чтобы в группе были созданы условия для полной включенности каждого. В общем, инклюзия может быть определена как *формирование особых условий среды, благодаря которым все граждане, независимо от их возможностей и ограничений, могут полноценно участвовать в общественной жизни*.

Все вышеописанные понятия являются этапами постепенного включения лиц с ОВЗ в общественную деятельность. Все они имеют значение, однако в рамках данного исследования наибольший интерес представляет социальная инклюзия как некая сумма стратегий вовлечения, на которую ориентирована социальная политика государства – включение людей с ограниченными возможностями здоровья в общественную жизнь, для чего создаются максимально благоприятные условия.

Обратимся далее к источникам, в которых отражена роль СМИ в данном процессе. Среди работ отечественных ученых выделяется исследование А. А. Рябовой, в котором выявлены возможности для современных российских СМИ способствовать социальной интеграции инвалидов и определены условия реализации этих возможностей (2011). Другие исследования (Головина, 2013) демонстрируют высокую включенность инвалидов в процесс восприятия массовой информации, их повышенное внимание к медиа. Однако, как отмечает В. А. Петросян, «образы лиц с ограниченными возможностями здоровья, как обычных людей с их проблемами и достижениями, трактованные в толерантной манере, показывающие интересные факты повседневной жизни инвалидов из сферы семейных отношении, воспитания детей, работы, учебы представлены крайне редко» (2011: 134). При этом по результатам анализа прессы (центральные и московские газеты, российские интернет-порталы, блоги и сайты средств массовой информации, частично или полностью посвященные проблемам инвалидов) можно констатировать, что социальная позиция людей с ограниченными возможностями в СМИ чаще всего отражает их уязвимость, зависимое положение (Головина, 2013):

М. А. Мазуниной (2014) был проведен интернет-опрос с целью выявить проблемы освещения процесса интеграции в современ-

ных СМИ и попытаться найти пути их решения. Обращение к этому исследованию дает возможность выявить востребованность данной проблематики широкой аудиторией и отражает, как мы считаем, готовность к ее восприятию. Согласно результатам исследования, большинство опрошенных (85%) выступают за интеграцию лиц с ОВЗ в общество, при том что 72% опрошенных не относится к категории инвалидов , для них проблема «интересна как одна из проблем общества» (46%). При этом респонденты указывают на недостаточный уровень освещенности данной темы в средствах массовой информации (54% от общего числа опрошенных и 56% от респондентов-инвалидов) и изъявляют желание более широкого ее распространения в СМИ (51% и 58% соответственно), причем 75% здоровых респондентов интересуются выпусками телевизионных передач и документальных фильмов, затрагивающих тему инвалидности. Что касается отношения к специализированным периодическим изданиям («Надежда», «Русский инвалид») и другим узконаправленным СМИ, то большинство здоровых респондентов (41%) выступает за необходимость их существования. Однако – видимо, в силу их специфики – обнаруживается либо полная неосведомленность о них (45%), либо незаинтересованность в подобных изданиях.

В то же время проблематика социальной инклюзии людей с ОВЗ, в особенности ее медийная составляющая, остается малоисследованной; в основном она сконцентрирована вокруг образования. Так, С. О. Брызгалова и А. В. Кубасов (2015) исследуют роль СМИ в формировании инклюзивной культуры в социуме (на материале интернет-публикаций), Т. А. Абрамовских (2017) рассматривает роль печатных средств массовой информации в формировании инклюзивной культуры общества через призму инклюзивного образования. Зарубежные исследователи рассматривают проблему более широко: работа Дж. Эварта и С. Сноудена (Ewart, Snowden, 2012) посвящена роли медиа в социальной инклюзии и социальной изоляции. С. Чэмберлэйн (Chamberlain, 2011) рассматривает концептуализацию социальной инклюзии как политики баланса между социальной инклюзией, социальной изоляцией, терпимостью и принятием, а также делает обзор возникновения современных средств массовой информации с момента их основания в пятнадцатом веке в Европе с целью изучить способы, которыми практикуется инклюзия. П. Вердегем (Verdegem, 2011) рассматри-

вает особенности социальной инклюзии в медиа, делая акцент на включение всех граждан в информационную среду. Остается добавить: отдельных работ, посвященных исследованию медиапрезентации сообщества глухих в массмедиа в аспекте социальной инклюзии, нами не выявлено – и этот факт подчеркивает, в совокупности с ожиданиями аудитории, актуальность исследования. Настоящее исследование, предлагая вновь полученные результаты, может восполнить этот пробел.

Методика

Представляя далее дизайн исследования, обозначим его эмпирический объект. Во-первых, это общероссийские общественно-политические тематически универсальные газеты («Российская газета», «Независимая газета», «Известия», «Аргументы и факты»), выбор которых отражает их особую роль в отечественном медиадискурсе: эти газеты (в печатном и цифровом вариантах) объективно отражают меру понимания обществом той или иной социальной проблемы и ее представленность в массовом дискурсе; они способны вызвать наибольший резонанс вокруг проблемы. Во-вторых, нас интересуют специализированные СМИ (журнал «В едином строю» и газета «Мир глухих», издающиеся Всероссийским обществом глухих) – пресса для глухих. Данный тип СМИ возник для более полного удовлетворения специфических потребностей: в этих изданиях публикуется информация, влияющая на жизнь глухих и слабослышащих, отражающая специальный дискурс, не представленный в СМИ общего интереса, однако по-своему, другими средствами призванная способствовать решению проблем инклюзии. Гипотетически авторы рассчитывали установить движение обозначенных дискурсов навстречу друг другу – к взаимодействию и сотрудничеству социальных групп граждан. Понимая, что прямую связь между публикациями и эффективностью инклюзии установить едва ли возможно, мы тем не менее полагаем, что присутствие темы в информационном поле способствует развитию общественных процессов.

Период исследования – 2017–2019 гг.: выбор «допандемийного» времени обусловлен стремлением к возможно большей стабильности повестки, которая была существенно скорректирована, «подвинута» остротой известных обстоятельств в сторону сокра-

щения внимания к традиционным темам. Исследуемая выборка формировалась двумя способами: по ключевым словам для газет общего интереса (143 текста) и сплошной отбор для специализированных (1 001 текст). Общая тематически однородная совокупность текстов составила 1 144 публикации.

В качестве предмета анализа определены тематические и функциональные особенности содержательных моделей объектов исследования. По результатам разведывательного этапа составлены кодификаторы (признаки) этих категорий анализа. Тематическое расширение (содержательная структура) описано следующим образом: партнерство (деятельность организации глухих и их партнерство с другими организациями); общество (важные события в мире, другие страны, внешняя по отношению к глухим повестка); повседневность (жизнь глухих: культура, спорт, отдых, образование, работа); люди (биографии, некрологи, интервью); язык (РЖЯ, другие жестовые языки, перевод, билингвизм); помощь (слуховые аппараты, кохлеарная имплантация, льготы и специальные условия, услуги переводчиков, обустроенная среда для удобства глухих); право (новое в законодательстве, влияющее на жизнь глухих); криминал (нарушения закона, связанные с глухими гражданами); для слышащих (популяризация знаний о глухих и их жизни, школы жестового языка для слышащих, организованные глухими мероприятия). Функциональные особенности текстов определялись как коммуникативные действия, направленные на интенсификацию стратегий вовлечения – адаптацию, социализацию, интеграцию, инклюзию глухих граждан.

В заключительной части исследования для получения обобщенной характеристики информационного пространства граждан с нарушениями слуха предпринята попытка сравнения средних количественных значений по категориям анализа двух видов СМИ.

Основные результаты

Вначале представим содержательные характеристики специализированных изданий (см. табл. 1).

Таблица 1

Тематическая структура газеты «Мир глухих»

Годы / Темы	2017	2018	2019	Итого
Партнерство	1	10	15	26 (9%)
Общество	0	1	0	1 (0,5%)
Повседневность	52	42	16	110 (37%)
Люди	32	26	15	73 (24%)
Язык	2	5	3	10 (3%)
Помощь	11	23	7	41 (14%)
Право	27	4	2	33 (11%)
Криминал	1	0	0	1 (0,5%)
Итого	126	110	59	295 (100%)

Прежде всего, наблюдается сужение информационного поля глухих. Наиболее освещаемые темы – повседневная жизнь (37%) и люди (24%). Важно отметить, что, в отличие от СМИ общего интереса, в которых, как правило, подобная информация публикуется об известных людях, в данной газете пишут об обычных глухих гражданах, которые не являются публичными лицами и известными людьми. Категория «общество», которая включает в себя внешнюю по отношению группе повестку, практически не представлена. Данный факт указывает на некоторую сосредоточенность исследуемой газеты на внутренней повестке мира глухих, замкнутость. Формально информацию о происходящих в мире событиях можно получить из СМИ общего интереса, однако это в силу ряда объективных причин происходит далеко не всегда, в результате движения общества к социальной инклюзии эта группа людей получает минимальную информацию. Из «позитивных» наблюдений отмечается небольшое количество текстов о партнерстве внутри сообщества, что можно расценивать как некоторую компенсацию изолированности глухого сообщества.

Таблица 2

Тематическая структура журнала «В едином строю»

Годы / Темы	2017	2018	2019	Итого
Партнерство	4	3	3	10 (2%)
Общество	6	1	0	7 (0,9%)
Повседневность	74	81	91	246 (35%)
Люди	114	99	83	296 (41%)
Язык	9	6	4	19 (3%)
Помощь	35	25	19	79 (11%)
Право	16	11	17	44 (6%)
Криминал	4	1	0	5 (1%)
Итого	262	227	217	706 (100%)

В таблице 2 также заметно снижение числа публикаций. Анализ тематического содержания текстов журнала для глухих «В едином строю» показывает сходную ситуацию: наиболее популярные темы публикаций «повседневность» (35%) и «люди» (41%). Практически не представлена внешняя повестка по признаку «общество», что подчеркивает исключительную направленность издания на внутренний мир глухих. Отчасти этот серьезный просчет восполнен подтемами «партнерство», «помощь», «право». Но в этих разделах речь в большей степени идет не об инклюзии, а о приспособлении.

Снижение числа публикаций за исследуемый промежуток времени в обоих специализированных изданиях может быть объяснено развитием социальных медиа, благодаря которым глухие также получают важную для них информацию и в значительно меньшей степени нуждаются в специализированных изданиях.

Изучив СМИ для глухих, обратимся к практике СМИ общего интереса (см. табл. 3). От них в обозначенном аспекте мы ожидаем публикаций, направленных на обсуждение условий, необходимых для инклюзии глухих. Реализованы ли они? В каком объеме?

Таблица 3

Репрезентация темы глухих в газете «Известия»

Годы / Темы	2017	2018	2019	Итого
Партнерство	0	0	0	0 (0%)
Общество	1	0	1	2 (3%)
Повседневность	1	13	11	25 (37%)
Люди	0	3	1	4 (6%)
Язык	2	0	0	2 (3%)
Помощь	7	9	5	21 (32%)
Право	3	1	2	6 (9%)
Криминал	1	1	5	7 (10%)
Итого	15	27	25	67 (100%)

«Известия» обращаются к повседневной жизни глухих (37%) и помощи им (32%). Сообщения о помощи важны и для массовой аудитории, и для самого сообщества. Надо иметь больше информации об этих людях и знать, что общество им помогает, однако столь значительная концентрация «помогающей» информации может способствовать восприятию глухих как нуждающихся, неполноценных – виктимизации их, что препятствует процессу социальной инклюзии. Аналогичную тенденцию демонстрирует подтема «криминал» (в «Известиях» этой теме посвящено 10% текстов): такие заголовки, как «Напали на глухонемого в метро», «Мошенники обманули глухого» и т. д., также способствуют восприятию глухих через призму виктимности, что не способствует инклюзии.

Таблица 4

Репрезентация темы глухих в «Независимой газете»

Годы / Темы	2017	2018	2019	Итого
Партнерство	0	0	0	0 (0%)
Общество	0	0	0	0 (0%)
Повседневность	3	2	0	5 (38%)
Люди	2	1	0	3 (23%)
Язык	0	0	0	0 (0%)
Помощь	0	1	0	1 (8%)
Право	0	1	2	3 (23%)
Криминал	0	1	0	1 (8%)
Итого	5	6	2	13 (100%)

В «Независимой» газете (см. табл. 4) текстов о глухих совсем немного, но акцентируется позиция «право» (23%). Материалы, отражающие изменения законодательства, преимущественно связаны с новыми законами и нормативными актами, влияющими на жизнь лиц с ОВЗ, включая глухих граждан.

Таблица 5

Репрезентация темы глухих в «Российской газете»

Годы / Темы	2017	2018	2019	Итого
Партнерство	0	0	0	0 (0%)
Общество	3	0	0	3 (5%)
Повседневность	18	11	3	32 (51%)
Люди	1	1	0	2 (3%)
Язык	0	0	0	0 (0%)
Помощь	5	4	3	12 (19%)
Право	6	0	0	6 (9%)
Криминал	3	3	2	8 (13%)
Итого	36	19	8	63 (100%)

В «Российской газете» (см. табл. 5) обращает на себя внимание обращение к «криминалу» (13%).

Также в выборку общеполитической прессы попало издание «Аргументы и факты», однако ввиду слишком малого количества текстов о глухих за три года (2 публикации) мы вынуждены исключить данное СМИ из анализа.

По результатам анализа СМИ общего интереса можно установить определенные закономерности. Так, подтема «повседневность», освещающая вопросы спорта, культуры, работы, образования для глухих граждан, является наиболее популярной во всех СМИ. Однако такие подтемы, как «криминал» и «помощь», встречаясь в новостных текстах довольно часто, способствуют виктимизации глухого населения, что негативно влияет на процесс инклюзии. Более того, в двух изданиях наблюдается ежегодное сокращение текстов, связанных с глухими, что также можно рассматривать как фактор, препятствующий инклюзии.

Следующим этапом работы было изучение функциональных особенностей текстов о глухих – другими словами, анализирова-

лась коммуникативная (целевая) направленность данной темы, которую мы рассматривали как представленность и баланс стратегий вовлечения в общественную жизнь людей с ОВЗ (конкретно с нарушениями слуха). Кодификатор был составлен на основе приведенных выше стратегий, которые реализуются на основе различных коммуникативных практик взаимодействия общества с данной целевой группой: социализация, интеграция, адаптация, инклюзия. Так, стратегия вовлечения в текстах, где прослеживалось стремление расширить сферу общения глухих, определялась как «социализация». Материалы, ориентированные на приспособление глухих к условиям окружающей среды и социума, соответственно, были отнесены к категории «адаптация». «Интеграция» означала участие глухих в общественных процессах. И, наконец, наиболее значимая категория анализа в рамках данного исследования, «инклюзия», включала в себя материалы, посвященные разработке решений и действий, благодаря которым глухие могут равноправно и полноценно участвовать в общественной жизни. В таблицах представлены результаты анализа.

Таблица 6

Стратегии вовлечения в газете «Мир глухих»

Годы / Стратегии	2017	2018	2019	Итого
Адаптация	41	57	20	118 (40%)
Социализация	65	43	30	138 (47%)
Интеграция	0	0	0	0 (0%)
Инклюзия	20	10	9	39 (13%)
Итого	126	110	59	295 (100%)

Как мы видим по таблице 6, социализация и адаптация представлены приблизительно в равном объеме (47% и 40% соответственно), однако инклюзия, представляющаяся наиболее важным направлением, представлена только в 13% текстов, а стратегия интеграции не представлена вообще.

Таблица 7

Стратегии вовлечения в журнале «В едином строю»

Годы / Стратегии	2017	2018	2019	Итого
Адаптация	162	146	102	410 (58%)
Социализация	72	57	76	205 (29%)
Интеграция	5	1	1	7 (1%)
Инклюзия	23	23	38	84 (12%)
Итого	262	227	217	706 (100%)

Исследование специализированного журнала для глухих «В едином строю» демонстрирует не идентичную, но схожую картину (см. табл. 7). Так, наиболее часто встречающейся стратегией является адаптация (58%), далее социализация (29%), стратегия интеграции, как и в газете, практически не представлена (1%), а направлению инклюзии посвящено всего 12% текстов.

Таким образом, анализ специализированной прессы выявил следующие закономерности: стратегии социализации и адаптации наиболее часто представлены в СМИ, крайне мало внимания отведено инклюзии и практически не представлена стратегия интеграции. Данные результаты можно трактовать как направленность специализированной прессы на расширение сферы общения глухих (социализация) и повышение качества жизни (адаптация). Однако именно стратегии интеграции и инклюзии направлены на вовлечение глухих в общество, на активное взаимодействие глухих и слышащих, и слабая представленность данных показателей, недостаточное внимание к внешней повестке свидетельствуют о серьезных просчетах в концепции изданий, поддерживающих, по сути, культурную и социальную автономность глухой аудитории. Отметим также, что сопоставление количественных значений по признакам обеих категорий анализа дает сходные результаты.

Продолжим: какой функционал преобладает в СМИ общего интереса? Насколько он компенсирует пробелы специализированных изданий? Аналогичный анализ показал следующие результаты.

Таблица 8

Стратегии вовлечения глухих в газете «Известия»

Годы / Стратегии	2017	2018	2019	Итого
Адаптация	12	15	7	34 (51%)
Социализация	1	11	10	22 (33%)
Интеграция	1	0	1	2 (3%)
Инклюзия	1	1	7	9 (13%)
Итого	15	27	25	67 (100%)

Исследование газеты «Известия» (см. табл. 8) показало, что наиболее приоритетными стратегиями в данном источнике являются адаптация (51%) и социализация (33%), в то время как стратегии инклюзии (13%) и интеграции (3%) значительно менее актуальны, но все же представлены. Также стоит отметить, что количество текстов, направленных на социализацию и инклюзию, значительно увеличилось за три года – так же, как и в целом количество текстов. По-видимому, это можно расценивать как отклик на заявленную политику социальной инклюзии, как внесение ее в актуальную медиаповестку. Однако пока это довольно слабые проявления; трудно предвидеть их развитие в будущем. Половина текстов – о «приспособлении»: помощь глухим, безусловно, нужна, однако вовлечение в общественные практики, преодоление замкнутости важнее.

Таблица 9

Стратегии вовлечения глухих в газете «Независимая газета»

Годы / Стратегии	2017	2018	2019	Итого
Адаптация	2	2	0	4 (31%)
Социализация	3	4	1	8 (61%)
Интеграция	0	0	0	0 (0%)
Инклюзия	0	0	1	1 (8%)
Итого	5	6	2	13 (100%)

Анализ «Независимой газеты» (см. табл. 9) также демонстрирует статистику, согласно которой направления социализации (61%)

и адаптации (31%) являются приоритетными, однако социализация встречается в два раза чаще. И так же, как и в вышеописанных изданиях, направление инклюзии представлено очень слабо: всего лишь одной публикацией за три года! Стоит отметить, что в данном источнике количество текстов о глухих с каждым годом уменьшается. В таких условиях трудно говорить о сколько-нибудь продуманных стратегиях.

Таблица 10

Стратегии вовлечения глухих в «Российской газете»

Годы / Стратегии	2017	2018	2019	Итого
Адаптация	14	8	4	26 (41%)
Социализация	14	5	4	23 (37%)
Интеграция	1	0	0	1 (2%)
Инклюзия	7	6	0	13 (20%)
Итого	36	19	8	63 (100%)

Тенденции «Российской газеты» (см. табл. 10) соответствуют всем вышеописанным изданиям, поскольку в данном случае также преобладает направленность текстов на адаптацию (41%) и социализацию (37%), слабо представлена инклюзия (20%) и практически не уделено внимания интеграции (2%). Также прослеживается закономерность, схожая с «Независимой газетой»: количество текстов о глухих с каждым годом сокращается, и в «Российской газете» данные показатели за 3 года уменьшились более чем в 4 раза.

Таким образом, стратегии вовлечения во всех исследуемых СМИ не соответствуют государственной политике: приоритетными являются направления адаптации и социализации, а не инклюзии. Безусловно, все стратегии важны, однако очевидно, что совокупный дискурс выбранных изданий не решает поставленную государством задачу.

С целью оценить внешнее и внутреннее коммуникативное пространство глухих, сравним средние показатели тематических и функциональных особенностей медиатекстов в двух разных группах СМИ (см. рис. 1).

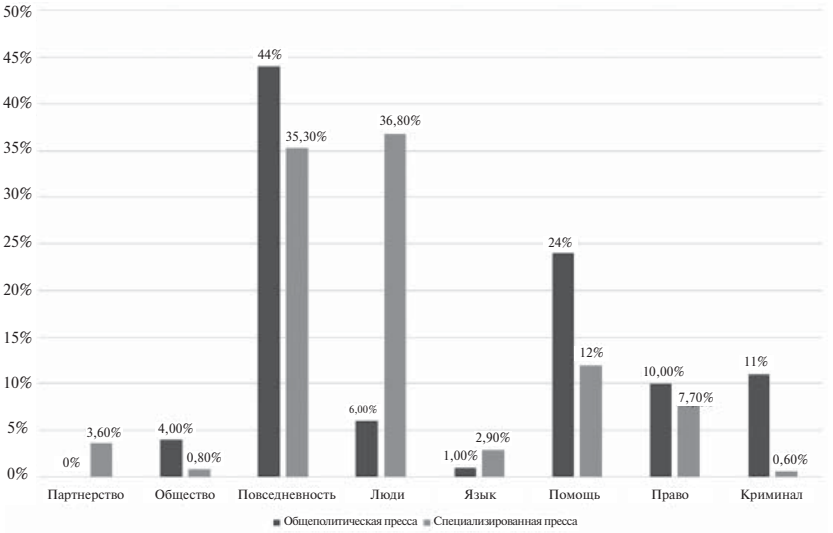


Рисунок 1. Тематика «глухой» повестки в общеполитической и специализированной прессе: сравнительный анализ

Представленные данные наглядно демонстрируют сходства и различия в СМИ общего интереса и специализированной прессе для глухих. Наиболее популярной категорией в обеих группах является повседневная жизнь глухих. В данную категорию были включены все тексты, посвященные образованию, работе, спорту, отдыху и культурным мероприятиям. Значительная разница присутствует в коде «люди»: в прессе для глухих она занимает в среднем 36,8%, при этом в общеполитической прессе таких текстов всего 6%. Этот факт можно объяснить замкнутостью сообщества глухих – сконцентрированность на внутренней повестке выражается в том числе в значительном количестве материалов, посвященных отдельным глухим гражданам (интервью, автобиографии и некрологи). Также значительная разница наблюдается по признаку «помощь»: в СМИ общего интереса это 24% материалов, в специализированной – 12%. Различие может отражать некоторую стигматизацию глухих, восприятие их через призму инвалидности и неполноценности, в связи с чем в общеполитической прессе тема помощи более популярна. Также в контексте инклюзии важно обратить внимание на признак «криминал»: он присутствует в 11% текстов в СМИ общего интереса и отсутствует в газете и жур-

нале для глухих (0,6%). В таких текстах, как правило, глухие представлены жертвами, в связи с чем возникает опасность виктимизации данной группы населения, что также не способствует их социальной инклюзии. В остальных кодах, согласно проведенному анализу, не наблюдается значительных различий между общеполитической и специализированной прессой, однако важно обратить внимание на тематику «для слышащих». Публикации вышеобозначенной тематики направлены на слышащую часть населения и способствуют не только ознакомлению с культурой глухих, но и взаимодействию мира глухих и мира слышащих (возможность посетить театр с глухими актерами, выставку глухого художника или ресторан, где работают глухие сотрудники и т. д.). В обоих видах СМИ данная информация практически не представлена, что можно расценивать как фактор, препятствующий социальной инклюзии глухих граждан. Аналогичным образом сравним средние показатели стратегий вовлечения глухих в общество (см. рис. 2).

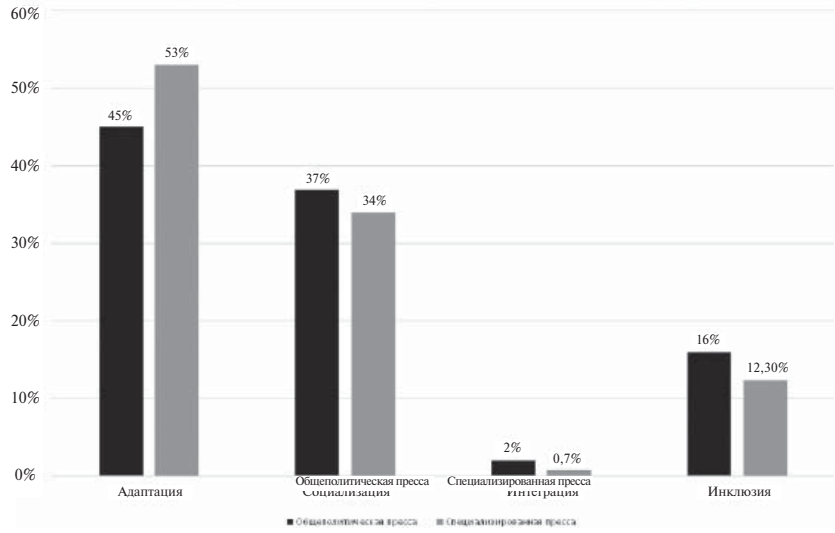


Рисунок 2. Функционал «глухой» повестки в общеполитической и специализированной прессе: сравнительный анализ

Данная диаграмма демонстрирует значительное сходство стратегий вовлечения глухих в общеполитических и специализированных СМИ. Так, наиболее используемыми являются направления адаптации (45%; 53%) и социализации (37%; 34%). Меньше внимания уделено направлению инклюзии (16%; 12,3%) и практически не представлены материалы, направленные на интеграцию (2%; 0,7%). Полученные данные позволяют утверждать, что отечественная пресса недостаточно ориентирована на процессы вовлечения глухих граждан в общественные практики, поскольку именно эти процессы означают взаимодействие мира глухих и мира слышащих в максимально возможной степени.

Заключение

Подведем итоги. Авторы видели цель исследования в оценке дискурса инвалидности (на примере материалов о людях с нарушениями слуха), представленного в российских СМИ четырьмя газетами общего интереса и двумя специализированными изданиями, на предмет его соответствия политике социальной инклюзии людей с ОВЗ. Курс на инклюзию заявлен в программных документах государства и может быть реализован различными социальными акторами: властными управленческими и исполнительными структурами, бизнес-сообществом и организациями гражданского сектора. Особая роль в этом процессе отводится журналистике. Мы понимаем ее в обобщенном виде как продвижение идей инклюзии в общественное сознание и отражение ее реализации, коррекцию стратегий вовлечения людей с ОВЗ в основные социальные практики. Группы такого социального контингента многочисленны; у каждой своя особая культура, каждой требуются различные условия жизнедеятельности. Это обстоятельство привело нас к выделению сообщества глухих и слабослышащих в качестве самостоятельного объекта, потребности и интересы которого представлены в СМИ.

Тематической доминантой в дискурсе обеих групп СМИ является повседневная жизнь глухих граждан, в общеполитических газетах также представлена тема помощи им, в специализированных акцентированы жизнь и судьбы этих людей. «Внешняя повестка» для глухих остается практически закрытой темой, равно как и обращенность к ним в текстах для слышащих граждан. Широкая

аудитория знакомится с жизнью сограждан, особенности которой недостаточно им известны; глухие узнают с помощью своих СМИ больше друг о друге – при этом активного пересечения, взаимодействия повесток не наблюдается. Аналогичную ситуацию выявил и анализ функциональных особенностей текстов о глухих гражданах. Мы отметили, что преобладают начальные стадии вовлечения – адаптация и социализация. Пресса отражает преимущественно процессы приспособления граждан к социальным условиям и необходимый для этого объем общения и научения. Социальная инклюзия, т. е. комплексный подход к стратегиям вовлечения, акцентирующий создание условий для этого, представлен в недостаточных объемах – в общеполитических СМИ, однако, он значительнее, чем в специализированных.

Если продолжить сравнение медийных практик, то приходится констатировать парадоксальную в целом ситуацию: с одной стороны, и тематически, и функционально изученные СМИ дают близкие количественные результаты, что свидетельствует об их традиционном понимании инвалидности; с другой – миры слышащих и глухих граждан мало пересекаются в медиапространстве (как и в реальности). Жизнь и культура этой части наших соотечественников остается замкнутой, изолированной. Нуждается в осознании и такое наблюдение: стратегии, обращенные к разным, в известном смысле противоположным аудиторным группам, должны были бы осуществлять движение навстречу друг другу и в этом контексте использовать стратегии вовлечения по-разному, преодолевая барьеры коммуникации различными методами. Но в действительности мы видим скорее сходство стратегий, нежели понимание природы барьеров. Напрашивается заключение об одинаковости концептуальных просчетов. Мы полагаем, это обусловлено спонтанностью редакционных практик, ориентированных в большей степени на выживание, приспособление, адаптацию людей с ОВЗ, чем на их полноценную инклюзию.

Важно отметить, что мы не можем говорить о том, насколько присутствие в медиа текстов с различными стратегиями вовлечения способствует социальной инклюзии, – для этого понадобится более масштабное социологическое исследование. Однако полученные данные демонстрируют представленность данных стратегий в СМИ, что можно считать «отражением» происходящих в обществе процессов.

Отметим еще один дискуссионный момент: в какой мере сами глухие граждане нуждаются в социальной инклюзии? Замкнутость этого сообщества, как и содержание специализированных изданий, наводит на мысль о том, что острой потребности в этом нет. Однако мы склонны отнестись к подобному суждению с сомнением, несмотря на его укорененность в бытовом сознании. Успешность политики социальной инклюзии способна привести к более полной реализации человеческого капитала не только отдельных социальных групп, но и общества в целом.

Современная идеология вовлечения граждан с инвалидностью в общественные практики, в отличие от традиционных подходов (помощь и поддержка), предполагает существенно более широкое, более полноценное участие этих граждан в жизни социума, преодоление их обособленности. Понимание этого уже состоялось на различных дискуссионных, управленческих, исполнительных площадках, однако пока не стало реальностью. Проникновение такой идеологии в СМИ, как мы показали, также еще недостаточно. Дискурс инвалидности, впрочем, развивается. Еще недавно говорилось о слишком малой представленности данной тематики в СМИ, сегодня же мы обсуждаем ее качество и потребность в медийном обеспечении социальной инклюзии и ее методов. Это позволяет выразить осторожный оптимизм в решении важной общенациональной задачи.

Примечания

[1] Федеральный закон о социальной защите инвалидов в Российской Федерации. Режим доступа: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody&nd=102038362 (дата обращения: 24.05.2022).

[2] Факультативный протокол к Конвенции о правах инвалидов, принят в г. Нью-Йорке 13.12.2006 г. Резолюцией 61/106 на 76-ом пленарном заседании 61-ой сессии Генеральной Ассамблеи ООН.

[3] Население России: численность, динамика, статистика. Режим доступа: http://www.statdata.ru/russia (дата обращения: 23.06.2022).

[4] Режим доступа: https://rosmed.info/project?id=20 (дата обращения 23.10.2022).

Библиография

Абрамовских Т. А. Роль печатных средств массовой информации в формировании инклюзивной культуры общества (на материале «Российской газеты») // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2017. № 8 (404). С. 5–12.

Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2017.

Афонькина Ю. А. Социальная инклюзия лиц с инвалидностью и проблема человеческого достоинства // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2015. № 11 (55). С. 149–162. DOI: 10.12731/2218-7405-2015-11-13

Близнюк О. А. Формирование понятия «Инклюзивное образование» в зарубежной педагогике в контексте развития инклюзии // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2016. № 4. С. 20–24.

Брызгалова С. О., Кубасов А. В. Роль СМИ в формировании инклюзивной культуры в социуме (на материале интернет-публикаций) // Педагогическое образование в России. 2015. № 5. С. 141–145.

Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структурации. М.: Академический проект, 2005.

Головина Т. А. Отражение журналистами феномена инвалидности в СМИ // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. 2013. № 2. С. 137–141.

Горбунова М. Ю. Символический интеракционизм как методологическое основание исследования эмоций в социологии // Изв. Саратов. ун-та. 2011. Т. 11. Сер.: Социология. Политология. Вып. 2. С. 10–14.

Демина И. Н. Медиатизация экономики: аспекты оптимизации экономических медиакоммуникаций в цифровой среде // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. № 2. С. 253–269. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(2).253-269

Епифанцева Т.Б. Настольная книга педагога-дефектолога. 2-е изд. / под ред. *Т. О. Епифанцева*. Ростов н/Д: Феникс, 2007.

Ковалев А. Д. Формирование теории действия Тэлкотта-Парсонса // История теоретической социологии: в 4 т. М.: Канон, 1997. Т. 3. С. 150–179.

Мазунина Н. А. Современные российские СМИ как инструмент отражения процесса социальной интеграции лиц с ограниченными возможностями здоровья // ИСОМ. 2014. № 4. С. 304–307.

Мид Дж. Г. Избранное: сб. переводов / сост. и пер. *В. Г. Николаев*; отв. ред. *Д. В. Ефременко*. М.: РАН. ИНИОН. Центр социальных научно-информационных исследований. Отд. социологии и социальной психологии (Сер.: Теория и история социологии), 2009.

Петросян В. А. Интеграция инвалидов в российское общество: дис. ... д-ра. соц. наук. М., 2011.

Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. СПб.: Питер, 2002.

Рябова А. А. Журналистика как инструмент социальной интеграции людей с инвалидностью: дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2011.

Свиридов Н. А. Адаптационные процессы в среде молодежи (дальневосточная ситуация) // Социологические исследования. 2002. № 1. С. 90–95.

Седов Л. А. Концепции социальной интеграции // Энциклопедический социологический словарь / под общ. ред. *Г. В. Осипова*. М.: Изд-во ИСПИ РАН, 1995.

Скворцова Т. Г. Социализация студенчества в условиях переходного периода российского общества: дис. ... канд. социол. наук. Рыбинск, 1998.

Сорокин П. А. Социальная аналитика. Анализ элементов взаимодействия // Теоретическая социология: антология: в 2 ч. Ч. 2. / пер. с англ., фр., нем., ит. / сост. и общ. ред. *С. П. Баньковской*. М.: Книжный дом «Университет», 2002.

Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса = A Theory of Cognitive Dissonance / пер. *А. Анистратенко, И. Знаешева*. СПб.: Ювента, 1999.

Фролова Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество [Академические монографии]. М.: МедиаМир, 2014.

Шибутани Т. Социальная психология. М.: Прогресс, 1969.

Шустова Н. Е. Социальная адаптация личности: дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 1999.

Chamberlain S. (2011) "Whispers on the wind": social inclusion and the media. *Journal of Social Inclusion* 2: 71–81. DOI: http://doi.org/10.36251/josi.34

Ewart J., Snowden C. (2012) The Media's Role in Social Inclusion and Exclusion. *Media International Australia incorporating Culture and Policy* 142: 61–63.

Kohlberg L. (1973) The Claim to Moral Adequacy of a Highest Stage of Moral Judgment. Journal of Philosophy. *The Journal of Philosophy* 70 (18): 630 646. DOI: 10.2307/2025030

Park R. (1969) Assimilation. In R. Park, E. Burgess (eds.) *Introduction to the Science of Sociology*. Chicago: Chicago Univ. Press. Pp. 734–739.

Piaget J. (1932) *The Moral Judgment of the Child*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner and Co.

Verdegem P. (2011) Social Media for Digital and Social Inclusion: Challenges for Information Society 2.0 Research & Policies. *Journal for a Global Sustainable Information Society* 9 (1): 28–38. DOI: 10.31269/vol9iss1pp28-38

Notes

Available at: https://rosmed.info/project?id=20 (accessed: 23.10.2022).

Fakul'tativnyy protokol k Konventsii o pravakh invalidov, prinyat v g. N'yu-Yorke 13.12.2006 g. Rezolyutsiey 61/106 na 76-om plenarnom zasedanii 61-oy sessii General'noy Assamblei OON [The Optional Protocol to the Convention on Rights of Persons with Disabilities, adopted in New York on 13.12.2006 by the Resolution 61/106 at the 76th Plenary Meeting of the 61st session of the UN General Assembly].

Federal'nyy zakon o sotsial'noy zashchite invalidov v Rossiyskoy Federatsii [Federal Law on Social Protection of Disabled People in the Russian Federation]. Available at: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody&nd=102038362 (accessed: 24.05.2022).

Naselenie Rossii: chislennost', dinamika, statistika [Russia's population: number, dynamics, statistics]. Available at: http://www.statdata.ru/russia (accessed: 23.06.2022).

References

Abramovskikh T. A. (2017) *Rol' pechatnykh sredstv massovoy informatsii v formirovanii inklyuzivnoy kul'tury obshchestva (na materiale «Rossiyskoy gazety»)* [The Role of Print Media in the Formation of Inclusive Culture in Society: a case study of Rossiyskaya Gazeta]. *Vestn. ChelGU* 8 (404): 5–12. (In Russian)

Andreeva G. M. (2017) *Sotsial'naya psikhologiya: ucheb. posobie* [Social Psychology: a Study Guide]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Afon'kina Yu. A. (2015) *Sotsial'naya inklyuziya lits s invalidnost'yu i problema chelovecheskogo dostoinstva* [Social Inclusion of Persons with Disabilities and Problems of Human Dignity]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem (elektronnyy nauchnyy zhurnal)* 11 (55): 149–162. DOI: 10.12731/2218-7405-2015-11-13 (In Russian)

Bliznyuk O. A. (2016) Formirovanie ponyatiya «Inklyuzivnoe obrazovanie» v zarubezhnoy pedagogike v kontekste razvitiya inklyuzii [Forming the Concept of Inclusive Education in Foreign Pedagogy in the Context of Inclusion Development]. *Pedagogika. Voprosy teorii i praktiki* 4: 20–24. (In Russian)

Bryzgalova S. O., Kubasov A. V. Rol' SMI v formirovanii inklyuzivnoy kul'tury v sotsiume (na materiale internet-publikatsiy) [The Role of Mass Media in Forming Inclusive Culture in Society: a case study of online publications]. *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii* 5: 141–145. (In Russian)

Giddens E. (2005) *Ustroenie obshchestva: ocherk teorii strukturatsii* [The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration]. Moscow: Akademicheskiy proekt Publ. (In Russian)

Golovina T. A. (2013) Otrazhenie zhurnalistami fenomena invalidnosti v SMI [Media Coverage of the Disability Phenomenon]. *Vestn. VGU. Ser.: Filologiya. Zhurnalistika* 2: 137–141. (In Russian)

Gorbunova M. Yu. (2011) Simvolicheskiy interaktsionizm kak metodologicheskoe osnovanie issledovaniya emotsiy v sotsiologii [Symbolic Interactionism as a Methodological Foundation of Studying Emotions in Sociology]. *Izv. Saratov. un-ta. 2011. Vol. 11. Ser.: Sotsiologiya. Politologiya* 2: 10–14. (In Russian)

Demina I. N. (2021) *Mediatizatsiya ekonomiki: aspekty optimizatsii ekonomicheskikh mediakommunikatsiy v tsifrovoy srede* [Economy Mediatization: Aspects of Optimizing Economic Media Communications in the Digital Environment]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 2: 253–269. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(2).253-269 (In Russian)

Epifantseva T. B. (2007) *Nastol'naya kniga pedagoga-defektologa. 2-e izd* [Table-Top Book of a Special Education Teacher. 2nd ed.] Rostov-on-Don: Feniks Publ. (In Russian)

Ewart J., Snowden C. (2012) The Media's Role in Social Inclusion and Exclusion. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy* 142: 61–63.

Festinger L. (1999) A Theory of Cognitive Dissonance. St. Petersburg: Yuventa Publ. (In Russian)

Frolova T. I. (2014) *Gumanitarnaya povestka rossiyskikh SMI*. Zhurnalistika, chelovek, obshchestvo [Akademicheskie monografii] [The Humanitarian Agenda of Russian Media. Journalism, Man, Society [Academic Monographs]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Kohlberg L. (1973) The Claim to Moral Adequacy of a Highest Stage of Moral Judgment. Journal of Philosophy. *The Journal of Philosophy* 70 (18): 630-646. DOI: 10.2307/2025030

Kovalev A. D. (1997) Formirovanie teorii deystviya Tolkotta-Parsonsa [Shaping the Action Theory by Talcott Parsons]. In *Istoriya teoreticheskoy sotsiologii v 4 t. T. 3* [History of Theoretical Sociology in 4 vol. Vol. 3]. Moscow: Kanon Publ. Pp. 150-179. (In Russian)

Mazunina N. A. (2014) Sovremennye rossiyskie SMI kak instrument otrazheniya protsessa sotsial'noy integratsii lits s ogranichennymi vozmozhnostyami zdorov'ya [Modern Russian Media as a Tool for Reflecting the Process of Social Integration of Persons with Disabilities]. *ISOM* 4: 304–307. (In Russian)

Mead G. H. (2009) *Izbrannoe: sb. perevodov* [Selected Works: a Collection of Translations]. Moscow: RAN. INION. Center for Social Science and Information Research. Department of Sociology and Social Psychology Publ. (In Russian)

Park R. (1969) Assimilation. In R. Park, E. Burgess (eds.) *Introduction to the Science of Sociology*. Chicago: Chicago Univ. Press. Pp. 734–739.

Petrosyan V. A. (2011) *Integratsiya invalidov v rossiyskoe obshchestvo*: dis. ... dokt. soc. nauk [Disabled People's Integration to Russian Society: Dr. sociol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Piaget J. (1932) *The Moral Judgment of the Child*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner and Co.

Ritzer G. (2002) *Sovremennye sotsiologicheskie teorii. 5-e izd.* [Modern Sociological Theories. 5th ed.] St. Petersburg: Piter Publ. (In Russian)

Ryabova A. A. (2011) *Zhurnalistika kak instrument sotsial'noy integratsii lyudey s invalidnost'yu*: dis. ... kand. filol. nauk. [Journalism as a Tool for Social Integration of People with Disabilities: PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Sedov L. A. (1995) Kontseptsii sotsial'noy integratsii [Concepts of Social Integration]. In G. V. Osipova (ed.) *Entsiklopedicheskiy sotsiologicheskiy slovar'* [Encyclopaedic Sociological Dictionary]. Moscow: ISPI RAN Publ. (In Russian)

Skvortsova T. G. (1998) *Sotsializatsiya studenchestva v usloviyakh perekhodnogo perioda rossiyskogo obshchestva*: dis. ... kand. soc. nauk. [Students' Socialization in the Context of Transition Period of Russian Society: PhD sociol. sci. diss.] Rybinsk. (In Russian)

Sorokin P. A. (2002) Sotsial'naya analitika. Analiz elementov vzaimodeystviya [Social Analytics. An Analysis of Interacting Elements]. In S. P. Ban'kovskoy (ed.) *Teoreticheskaya sotsiologiya: Antologiya v 2 ch. Ch. 2* [Theoretical Sociology: Anthology in 2 parts. Part 2]. Moscow: Knizhnyy dom Universitet Publ. (In Russian)

Sviridov N. A. (2002) Adaptatsionnye protsessy v srede molodezhi (dal'nevostochnaya situatsiya) [Adaptation Processes Among the Youth (the Far East Situation)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 1: 90–95. (In Russian)

Shibutani T. (1969) *Sotsial'naya psikhologiya* [Social Psychology]. Moscow: Progress Publ. (In Russian)

Shustova N. E. (1999) *Sotsial'naya adaptatsiya lichnosti*: dis. ... kand. sociol. nauk. [Social Adaptation Of The Individual: PhD sociol. sci. diss.] Saratov. (In Russian)

Verdegem P. (2011) Social Media for Digital and Social Inclusion: Challenges for Information Society 2.0 Research & Policies. *Journal for a Global Sustainable Information Society* 9 (1): 28–38. DOI: 10.31269/vol9iss1pp28-38

Поступила в редакцию
27.06.2022

ЯЗЫК СМИ

Дускаева Лилия Рашидовна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой медиалингвистики, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: l.duskaeva@spbu.ru

РЕЧЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ МЕТАТЕКСТА ТЕЛЕГРАМ-ПОСТА[1]

В статье представлены результаты анализа метатекста в постах научно-популярных телеграм-каналов (ТК). Метатекст определяется как субтекстовая конструкция, организуемая разноуровневыми языковыми средствами. Передавая информацию о развертывании мысли и речи другого, метатекст помогает автору управлять воздействием на читателя, а читателю – понять замысел автора. В центре внимания автора – маркеры метатекста, образующие две линии: одна отражает речевое взаимодействие ученого и популяризатора, другая – автора и адресата. Установлено, что экспрессивность метатекста подпитывается установкой на новизну выражения, то есть креативностью, которая характерна для медиаречи. Лингвокреативные компоненты в метатекстовых линиях способствуют, во-первых, выражению оценки чужой речемыслительной активности, во-вторых, организации личностно-ориентированной коммуникации, помогая вовлечь читателя в атмосферу интеллектуального сотрудничества.

***Ключевые слова**: медиалингвистика, метатекст, лингвокреативность, телеграм-канал, возражение, научно-популярный.*

Lilia R. Duskaeva, Doctor of Philology, Full Professor, Head of the Chair of Media Linguistics, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; e-mail: l.duskaeva@spbu.ru

SPEECH ORGANIZATION OF THE METATEXT IN TELEGRAM POSTS

The paper is devoted to the metatext speech features of popular science Telegram channels' posts. Metatext is defined as a subtext structure organized by various-level language means. Reflecting another communicant' formation of thought and speech, metatext helps the author to manage the impact on the reader's attention and, on the other hand, helps the reader to understand the author's intention. The paper focuses on metatext markers forming two lines: the first one depicts the speech interaction of the scientist and the popularizer, and the second one represents the speech interaction of the author and the addressee. It was established that the metatext expressiveness is fueled by the attitude toward the expression novelty, i.e. creativity. Linguocreative components in metatext lines contribute, firstly, to the expression

of an assessment of someone else's speech and thinking activity, and secondly, to the organization of personality-oriented communication, helping to involve the reader in an intellectual cooperation.

***Key words**: media linguistics, metatext, linguocreativity, Telegram channel, objection, popular science.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.3065

Введение

Важнейшей особенностью речевой организации медиатекста является сочетание в его текстовой материи не только интратекстового компонента, воссоздающего суть новости, но и метатекста, который пронизывает интратекст маркерами, несущими информацию о ходе коммуникации. В метатексте передается история создания текста и взаимодействия с читателем. Встроенный в ткань медиатекста, метатекст представляет собой разбросанные по тексту метапоказатели – маркеры авторской рефлексии речепорождения. Эти маркеры показывают, как учитывается во взаимодействии чужое слово, как координируется общение с «другим», как активизируется и стимулируется общение. Такие метапоказатели можно назвать «следами», остающимися от текстопорождения, они демонстрируются в реакциях на ранее сказанное и гипотетические будущие возражения оппонентов. Изучение лингвистической природы метатекста важно не только для теории творческой журналистской деятельности, исходящей из понимания огромной роли метатекста в речевом воздействии, но и для понимания многих теоретических и прикладных задач в собственно лингвистике: в теории текста, в лингвосемантике, теории речевого воздействия, в теории и практике перевода, в психолингвистике.

Сведения о метатексте, накопившиеся в филологии, крайне фрагментарны и, безусловно, нуждаются в систематизации. Этот феномен изучается (часто даже без использования самого термина) как проявление субъективности (Перфильева, 2006), как рефлексивы (Вепрева, 2005; Verschueren 2000), автокоммуникация (Лотман, 2001; Черняков, 2007; Фещенко, Коваль, 2014; Тогор, 2008), как метаречевые вкрапления, диалогичность (Бахтин, 1997; Дускаева, 1988, 1993), коммуникативная адаптация (Пластинина, 2018; Супрун, 2021). Отсюда – лингвистическая размытость и неопределенность границ того языкового материала, который подпа-

дает под определение метатекстуального. Без целенаправленного изучения феномена не избавиться от вариативности интерпретаций понятия «метатекст» и в медиалингвистике. Наша цель – проанализировать речевые особенности метатекста в постах телеграм-каналов.

Особенности коммуникации в телеграм-каналах уже стали предметом изучения. В частности, есть исследования, посвященные политическим коммуникациям в этом мессенджере (Дорохин, 2019; Мокрая, 2018), телеграм-ботам (Иванов, 2016), участию каналов в развитии брендов (Андриянова, Веретено, 2018), вовлечению каналов в учебный процесс (Михно и др., 2019), начато исследование жанровой природы публикации в каналах (Горошко, Землякова 2017; Дускаева, 2018). Однако, несмотря на активность изучения проблемы, нам не встречалось работ, посвященных анализу речевой структуры метатекста в телеграм-блогинге. Между тем социокультурная роль его существенно возрастает, особенно в последние месяцы. Осмыслить происходящие здесь речевые процессы – важная задача медиалингвистики.

История вопроса

В современных гуманитарных исследованиях укоренилось понятие метатекста благодаря глубокому интересу к осознанию человеком своих поступков и своего речевого поведения (Арутюнова, 1994). Понятие встречается в герменевтике, текстологии, семиотике, психолингвистике и т. д. (Буров, 2010). В лингвистических работах различаются подходы к анализу метатекста, а потому это понятие определяется по-разному. То обстоятельство, что метатекстовые явления исследуются без использования этого термина, проблематизирует ситуацию. Как мы уже сказали, один и тот же феномен называют «диалогичностью», «метарефлексией», «метаописанием», «автокомментариями», «рефлексивами» и др. Каждый из исследователей отмечает отдельную сторону метатекста, но не целостную конструкцию. Таким образом, сведения о феномене метатекста хотя и обширны, но не систематизированы. Между тем значимость изучения метатекста для медиаречи действительно велика, поскольку именно метатекст, вкупе с паратекстом, форматирует медиакоммуникацию.

Среди теоретических определений метатекста встречаются узкое и широкое. При узком понимании объектом метакомментиро-

вания выступают вербальная форма слова. С точки зрения сторонников этой точки зрения, в языке обнаруживаются метатекстовые единицы, «при помощи которых говорящий контролирует свои операции с языком, осуществляет самоконтроль в процессе словесного оформления авторского замысла» (Ляпон, 1986: 54). Аналогичной точки зрения придерживаются И. Т. Вепрева (2005), Б. Ю. Норман (1994).

Однако в сообщениях массовой коммуникации огромную роль играет не только то, что произошло, но и рефлексия: кто, что, когда, зачем, почему и как об этом говорил, писал, сообщал. Эта информация важна для речевого воздействия, для формирования отношения к сообщаемым фактам. В результате широко оценивается и интерпретируется не только текущее событие, но и прежде сказанное о нем, ставшее информационной основой текста, и композиция сообщения, и его форма, поэтому в метатексте кроются оценка, анализ структуры, свойств, методов, принципов, стилистики и «истории» создания другого текста. Диалогичность – фундаментальное онтологическое свойство медиаречи – проявляется в формировании субтекстовой структуры, выступающей остовом медиатекста (Дускаева, 2019). Без знания о природе метатекста нерешаемыми становятся многие вопросы медиалингвистики.

Текстоцентрический подход к метатексту был заложен в работе А. Вежбицкой (1978), стимулировавшей в конце XX в. интерес к концепции метатекста. Ученый рассматривает метатекст как высказывание о высказывании, как своеобразное проявление скрытого двухголосья, полифонии в тексте. Структурно метатекстовый уровень представлен замечаниями, комментариями, уточнениями по поводу собственного текста и составлен из метатекстовых образований (1978: 11). С ее точки зрения, метатекст может проявляться в первичном тексте по-разному: и как интерпретация собственного высказывания, и как интерпретация чужого слова. В заложенной исследователем традиции метатекст трактуется как внешнетекстовая совокупность метаэлементов, которые выполняют структурирующую и коммуникативную функции по отношению к основному тексту. При этом метатекст непропозиционален, не входит в композиционную структуру первичного текста, однако вербализует прагматические установки автора высказывания такими способами, как упоминание об акте речи и субъекте высказывания, обозначение направления мысли, самоустранение от произносимого, от отдельных его компонентов (Там же: 407).

Впоследствии метатекст изучался в текстоцентрическом (Турунен, 1999), функционально-стилистическом (Дускаева, 2004; Чиговская, 2001), функционально-грамматическом (Шмелева, 1984; Ляпон, 1986; Николаева, 1987; Норман, 1994), коммуникативно-лингвистическом (Вепрева, 2005; Молодыченко, 2021; Чернявская, 2020; Agha, 2007; Bublitz, Hübler, 2007; Crismore, 1989; Silverstein, 1993; Spitzmüller, 2015; Verschueren, 2000) аспектах. Авторы исследовали, как интерактанты используют различные метасредства для вмешательства в текущий дискурс. На основе изучения «эксплицитных и имплицитных маркеров» (Verschueren, 2000: 447–450) в метатексте выявляется рефлексивная осведомленность коммуникантов об использовании языка.

Нас интересует метатекст как воплощение диалогической природы медиатекста, который отражает онтологически многослойную природу медиаречи, рождаемой в ответ на чужое сообщение и на предвосхищаемую реакцию аудитории (Дускаева, 1988; 1993; Кожина, Дускаева, 1993; Негрышев, 2021; Романцова, 2021; Duskaeva, 2020). Метатекст отражает коммуникативную рефлексию, когда сообщает, от кого и какая поступала информация, каковы оценки ранее сказанного («третьими» лицами), как они проинтерпретированы, как удобнее воспринимать сообщение, в каком порядке, какие логические отношения складываются между разными высказываниями. Таким образом, выстраиваясь как текст о тексте, метатекст в результате стягивает все композиционные компоненты медиатекста в тугую цельность.

Наше внимание к речевой ткани метатекста потребовало обращения к такому понятию, как лингвистическая креативность. Установка на новизну выражения с целью усиления экспрессивности высказывания – одна из базовых черт речи в массовой коммуникации (Кожина, Дускаева, Салимовский, 2014). Для медиалингвистики, ориентированной на исследование принципов построения медиатекста, важно понимать направления лингвокреативной деятельности языковой личности в создании медиатекстов. Подходы к изучению лингвокреативности выработаны, по наблюдениям М. Киосе (2019), в дискурсологии (Carter, 1997; Jones, 2012), социо- и психокогнитивистике (Carter, 2017; Sligh, Conners, Roskos-Ewoldsen, 2005; Silvia, Nusbaum, Berg, Martin et al., 2009; Гридина, 2013), собственно когнитивистике (Зыкова, Киосе, 2020; Ирисханова, 2009; Киосе, 2019; Finke, Ward, Smith, 1992; Boden, 2003; Kaufman, Plucker, 2011), лингвоэстетике (Stockwell,

2012; Фещенко, Коваль, 2014) и лингвокультурологии (Зыкова, 2016; Радбиль, Рацибурская, 2017), стилистике (Langlotz, 2006; Simpson (ed.), 2019; Новикова, Новиков, 2019; Ремчукова, 2005; Цветова, 2021) – разница в методах, предмете и объекте анализа (Киосе, 2020: 38).

Креативные преобразования метатекста предстают в лингвокреатемах, определяемых как «стратегически отобранные, осознанно реализованные или преобразованные языковые единицы, а также индивидуально-авторские новообразования» (Копнина, Сковородников, 2014), причем креативным потенциалом обладают разноуровневые единицы (Генералова, 2021; Зыкова, 2017; Демьянков, 2009; Купина, 2012, 2014; Сковородников, 2010; Langlotz, 2006). Кроме того, в исследовании учитываются «параметры креативности» (Зыкова (ред.), 2021), среди которых современные исследователи выделяют языковую игру, языковые аномалии, речевые ошибки, девиации, алогизмы и т. п. (Апресян, 1990; Арутюнова, 1987; Гридина, 1996; Радбиль, 2012), которые могут быть представлены в дискурсах разных типов (Зыкова (ред.), 2021). Опираясь на исследования некоторых параметров лингвокреативности в медиадискурсе (см. раб.: Власова, 2022; Иванова, 2021; Ильясова, 2015; Новикова, Новиков 2019; Цонева, 2014; Vasileva, Ivanova, 2021), а также на данные о вариативности языковых средств в реализации разных речевых жанров в телеграм-постах (Дускаева, 2018), обратимся к лингвокреативности как к «тестированию вариативного потенциала языковой системы в дискурсивной деятельности говорящего» (Беляевская, 2021: 1).

Методика исследования

Материалом исследования в данной статье выступили публикации открытых ТК научно-популярной направленности, как одной из самых любопытных и быстро развивающихся частей русскоязычного сегмента *Telegram* («Биологово», *TechInsider,* «Блуждающий нерв», «Кот Шредингера», «Наука*PRO*», «Наука и жизнь»)[2] с количеством подписчиков от 800 до 500 тыс. человек. Корпус текстов формировался методом сплошной выборки, всего обработано 450 постов за 2022 г. Телеграм-пост представляет собой мультимодальный гипертекст – помещенное в ячейку небольшое сообщение, которое может содержать как вербально выраженную информацию, так и изображения, диаграммы, графики, аудио- или

видеоматериалы. Строится пост как комментирующая упаковка к сообщению, по принципу матрешки, иногда – сочетанием изображения и комментария.

Сразу отметим, что, несмотря на то что мы учитываем смысловое присутствие в структуре поста визуальных компонентов, нас, конечно, более всего интересует в них вербальная сторона. В нашем анализе креативных сторон в лингвистической организации метатекста телеграм-поста внимание обращено прежде всего на способы репрезентации отношения к – своей и чужой – речемыслительной активности, названной нами, вслед за М. М.Бахтиным, ответностью, что прежде не было предметом изучения. Метатекст телеграм-поста направлен на установление связи между читателями телеграм-каналов («Вы») и субъектами научных открытий («Он», «Они»), между полученными наукой сведениями и адресатом и организуется с помощью средств, которые показывают ход взаимодействия инициатора с другими коммуникантами – обычно маркерами модусов отношений между смысловыми позициями. Иными словами, в ходе наблюдений за речевыми особенностями метатекста выделяем те, что репрезентируют взаимодействие смысловых позиций коммуникантов: чужой речевой инициации и авторского реагирования – ответности в широком смысле (Дускаева, 2019). В постах научно-популярных ТК выясняем принципы, приемы и средства, призванные оценивать, комментировать, объяснять и интерпретировать речемыслительную активность субъекта научной деятельности и адресата научной популяризации. К анализу креативных явлений в метатексте научно-популярных ТК мы применяем один из лингвистических методов – типологический, основанный на выделении существенных свойств и признаков у сравниваемых объектов.

При исследовании лингвистической креативности мы исходим из тех ее параметров, которые определил психолог Дж. Гилфорд: оригинальность (способность устанавливать отдаленные ассоциативные связи), семантическая гибкость (способность видеть главное в объекте и возможную вариативность использования), образная адаптивная гибкость (способность видоизменить стимул с целью выявить в нем новые свойства и возможности для использования), семантическая спонтанная гибкость (способность порождать разнообразные идеи в нерегламентированной ситуации (Гилфорд, 1965). Решая проблему установления и дифференциации лингвокреативных явлений в новостной телеграм-ленте, стре-

мимся выделить внутренние речевые параметры, указывающие на креативное (нестандартное, оригинальное) использование языковых средств разных уровней, указывающих, во-первых, на самопрезентацию «другого» субъекта речи, во-вторых, на оценку автором его другой позиции, в-третьих, на управление вниманием адресата. Именно эти задачи выполняют метатекстовые компоненты поста.

Значит, алгоритм исследовательских действий можно представить в такой последовательности:

1. Типологизируем посты научно-популярных блогов, разделяя их на группы.

2. В каждом из классов постов указываем на своеобразие метатекстовых компонентов, опираясь на форму репрезентации в них отношения к ранее выраженному и гипотетической будущей речевой реакции адресата.

3. Раскрываем в анализируемом тексте метамаркеры, показывающие отношение телеграмера к позиции «третьего лица», и метапоказатели, ориентированные на адресата.

4. Среди выделенных маркеров выделяем креатемы, которые помогают показать отношение к ранее выраженному и гипотетической будущей речевой реакции адресата: по Гилфорду, они отличаются оригинальностью, семантической, образной адаптивной и спонтанной гибкостью в нерегламентированной ситуации.

5. В ходе анализа выделенных дискурсных креатем пытаемся выяснить, какую роль в установлении взаимодействия смысловых позиций они играют в метатексте разных типов постов.

Таким образом, суть применяемого в работе исследования языковой креативности состоит в том, чтобы увидеть в типовых стереотипных компонентах текстовой организации медиаречи уникальные креативные приемы сочетания и взаимодействия средств, способствующие построению медиатекста.

Анализ материала

В ходе анализа среди 450 постов на основе устанавливаемых в них межсубъектных связей мы выделили несколько групп, но (из-за ограниченности объема статьи) для описания выбрали две:

а) посты, в которых метатекст призван показать коммуникативно-познавательные связи между автором изображения, теле-

грамером и читателем (условно обозначим так: Он (фотограф) – Я (телеграмер) – Вы);

б) посты, которые представляют новую научную информацию в книгах и статьях (условно: Он (ученый) – телеграмер – читатель).

Задача научно-популярных каналов – показывая пути получения новых научных знаний, поддерживать интерес читателей к пополнению знаний, чтобы читатель испытывал интерес к исследованиям, которые ведут ученые, чтобы он правильно оценивал роль науки в жизни общества, чтобы общество ценило научные достижения, понимало, что наука дает умение пользоваться знанием, способствует прогрессу. Так что роль таких каналов в обществе, где существенно выросла роль науки, трудно переоценить. Лингвистические исследования помогают видеть механизмы достижения социально-коммуникативных целей. Новым в ходе популяризации научных знаний в массмедиа может быть и только что полученное наукой знание, новые идеи и теории, и давно известное в науке, но неизвестное читателям, новые интерпретации того, что науке давно известно. В посте, в силу технологических особенностей его трансляции, не может быть развернутого доказательства теории – представляется лишь сравнительно небольшой фрагмент из известного науке, указывается путь для детализированного знакомства с новым. Лаконизм экспрессии – коммуникативный идеал поста в телеграм-канале. Это качество в построении метатекста помогает создать лингвокреативность.

Понаблюдаем за формированием экспрессии в обеих метатекстовых линиях у постов разных групп.

Группа 1 – комментарии визуального представления явления. Посты состоят из двух частей – фотоизображений и словесного сопровождения: новое знание становится доступным читателю благодаря поясняющим комментариям, расположенным ниже фото. Последние передают не только предметные очертания и облик конкретных объектов исследования, но и настроение.

Приведем полнотекстовые примеры постов, выделяя маркеры метатекста в них:

а) На рисунке 1 верхнюю часть поста, имеющего заголовок «Эволюция солнечных часов за три тысячелетия», составляет подборка из 4 фотографий (Кот Шредингера. 13.12.2022. 17:58), показывающих изменения устройства солнечных часов.



Рисунок 1. Подборка фотографий солнечных часов, изготовленных в разные исторические периоды

Вторая, вербальная часть содержит пояснения к фотографиям:

«*На первом фото – обычные* для первого века нашей эры древнеримские городские часы, две *такие* колонны сохранились в Помпеях. *Это* середина и расцвет эпохи солнечных часов.

На втором – самые древние сохранившиеся часы, из Египта, около 1500 г. до н. э.

На третьем предок римских – солнечные часы 380 г. до н. э. из храма Зевса в Дион-Олимпе, Македония, Греция.

А на последнем уже самый конец эпохи, 1570 год, Германия».

б) Рисунок 2 представляет подборку в посте из 7 фотографий терракотовых фигурок и пояснение к ним. Вербальное сопровождение к фотографиям: «*Эти фигурки, несмотря на свой специфичный внешний вид, не имеют никакого отношения к* Мезоамерике. Они изготовлены из терракоты в Индии в период Шунга в 1 веке до н. э.

Фигурки изображают Якша – духа природы в индуизме, джайнизме и буддизме. Изделия полые внутри, некоторые сохранились частично. *Подарены музею Метрополитен индийскими арт-дилерами и торговцами антиквариатом* в 90-е. Средние размеры фигурок: высота – от 9 до 12,1 см, ширина – от 8 до 10,2 см» (НаукаPRO. 8.12.22. 9:59).



Рисунок 2

в) На рисунке 3 фото из поста ТК «Наука и жизнь» (4.12. 2022. 12:42), с изображением нежащегося на солнце тюленя.



Рисунок 3

Комментарий к фотографии: «*Выходные: самое время* немного “*потюленить*”».

О речевой структуре метатекста постов 1 группы и об участии лингвокреатем в ее организации

Как видим, в научно-популярном телеграм-блогинге сложился тип постов-комментариев, метатекст которых демонстрирует взаимодействие смысловых позиций фотографа-исследователя, телеграмера-комментатора и адресата. Эти комментарии помогают соотнести изображенное с выполнением исследовательской задачи, лаконично поясняют и структурируют результаты ее выполнения. Метатекст способствует выполнению следующих коммуникативных задач: а) комментирует изображения и акцентирует внимание на наиболее значимом; б) стимулирует предметное и эмоциональное освоение информации адресатом. Для реализации этих задач в метатексте формируются две, условно говоря, линии маркеров. Первая из них отражает прямую коммуникативную связь между смысловой позицией исследователя и телеграмера, с помощью которой телеграмер показывает, как он сгруппировал и систематизировал представленные ученым факты. Эта связь устанавливается

даже в том случае, если телеграмер – сам ученый, потому что в медиатексте автор в этом случае проявляет себя в двух коммуникативных статусах. Вторая линия метатекста – прямой обращенности к адресату – показывает взаимодействие позиции телеграмера и читателя. Сразу оговоримся: эти две задачи пересекаются, поскольку языковые средства полифункциональны.

В первом комментарии метатекстовую линию демонстрации и систематизации ранее обнаруженных фактов реализует последовательность параллельно построенных предложений («На первом фото – ... часы. На втором – ... На третьем ... А на последнем уже ...»). Первое начинается со словосочетания порядкового числительного и опорного слова «фото». Последующие – со словосочетания порядковых числительных с пропущенным опорным словом, которое легко восстанавливает читатель при прочтении. Указанный в посте порядок расположения фотографий показывает найденную ученым историческую последовательность создания изображенных на фото солнечных часов. Задачу установления исторической последовательности создания изображенных на четырех фото солнечных часов решает хронологическое расположение их фотоизображений. Такой порядок помогает ориентации читателя в материале и его предметному освоению. Объяснению последовательности изображений способствуют разнообразные темпоративы: «обычные для первого века», «это середина и расцвет», «предок римских», «уже самый конец эпохи», а также акцентуаторы – указательные местоимения («такие колонны»), грамматический суперлатив («самые сохранившиеся»).

Для создания необходимого экспрессивного лаконизма используется лингвистическая креативность. Пост построен с помощью анафоры, организованной повтором сочетания порядкового числительного с предлогом «на» в начале параллельно построенного предложения, которая позволяет пропускать слово фото, начиная со второго предложения («На первом фото...», «На втором...», «На третьем...», «А на последнем...»). Стилистический прием разгружает текст, делает его более стройным. Лаконизации речи способствует также и метафора «предок». Исходя из словарной дефиниции, лексема употребляется при наименовании людей – либо предшественников в семье, в роду, племени, либо давно живших (Чернышов (ред.), 1961: 138–139). Проявляя семантическую гибкость, о которой Гиллфорд говорил как о качестве креативно-

сти, этим словом телеграмер именует те солнечные часы, создание которых предшествовало другим. Пояснения загромоздили бы текст – метафора генерализует смысл, тем самым уменьшает речевые усилия и сокращает текст. Актуализируя в слове «предок» сему ‘быть предшественником’, блогер предложил новый способ использования лексемы: назвать так одни часы, ставшие предшественником других. Использование слов в переносном значении, эллипсис в анафорически построенных фразах вовлекают адресата в словесную игру, стимулируя его проявлять коммуникативную сметку.

Второй пост привлекает внимание читателя прежде всего подборкой фотографий, где в разном положении изображены терракотовые фигурки. Комментарий присоединяется к фото с помощью оборота «эти фигурки» (указательное местоимение+ существительное). Метатекстовую линию упорядочения собранных фактов представляет цепочка признаков-предикатов во множественном числе: «не имеют», «изготовлены», «изображают», «полые», «сохранились», «подарены». Предикаты представлены в цепочке предложений, которая описывает движение глаз в ходе наблюдений исследователя за объектом при сборе информации. Вторую метатекстовую линию составляют лексемы тематической цепочки (троекратный повтор лексемы «фигурки», контекстуальные синонимы «они», «некоторые», «изделия»), которая помогает сконцентировать внимание читателя на объекте наблюдений.

Поддерживают интерес к предмету разговора акцентирующие синтаксические конструкции. Среди них выделим оборот «несмотря на свой специфичный внешний вид», содержащий указание на наличие качества, существующего вопреки препятствиям или преодолевающего препятствие. Такой оборот в тексте создает экспрессивную напряженность и мобилизует внимание адресата. Следующий за этим оборот – конструкция с двойным отрицанием «не имеют никакого отношения к Мезоамерике. Они изготовлены из терракоты в Индии...» – закрепляет коммуникативный эффект. В последней конструкции заложена аллюзия, «подключающая» к диалогу осведомленного читателя, который, глядя на мастерски изготовленные фигурки, мог бы подумать, что они из Мезоамерики – известной всем родины многочисленных высокоразвитых культур с высоким уровнем развития ремесел. Указывая на отсутствие связи изображенных на фото фигурок с этим местом, автор будто подправляет возможный неверный ход мысли. В использо-

вании этого приема проявляется семантическая спонтанная гибкость, которую ранее упомянутый Гиллфорд называет признаком креативности. Она проявляется в способности продуцировать новые идеи в нерегламентированной ситуации. Напоминание о Мезоамерике позволяет мобилизовать работу памяти у читателя, повысить его интеллектуальную активность и подготовить к чтению следующих постов в ленте, сообщающих новое знание.

В третьем, самом коротком комментарии метатекст создан лингвокреативными средствами. На фотографии тюлень – малоподвижное грузное животное, которое обычно обитает на лежбищах и ограничен в передвижении. Он изображен нежащимся под ясным солнечным небом на широкой снежной поверхности. Шутливый комментарий под фотографией представляет собой сегментированную конструкцию «Выходные: самое время немного “потюленить”». Первую метатекстовую линию упорядочения фактов организует метафора «выходные», которая генерирует целый ряд фактов, представленных на фото: высокое ярко-синее небо, снежный покров и главное – это расслабленная поза животного с повадками лежебоки. Телеграмер все эти детали, создающие благостную картину отдыха, передает в одном слове. Антропоморфность метафоры, «очеловечивающей» жизнь животного, придает высказыванию шутливую модальность.

Антропоморфная метафора выходных как отдыха тюленя под солнцем распространяется зооморфным метафорическим окказионализмом «потюленить», употребленным в сочетании с предикатным темпоративом «самое время», сближающим жизнь животных и людей. В окказиональной метафоре сталкиваются два смысловых слоя. С одной стороны, из контекста поста окказионализм можно понимать как ‘проводить время, как тюлень, неподвижно нежась на солнышке’. С другой стороны, в коммуникацию вовлекается и переносное значение слова: тюленем называют ленивого и малоподвижного человека. Вовлечение в шутливое общение с адресатом при ознакомлении с повадками животного составляет вторую линию метатекста.

В использовании метафор, генерирующих новые смыслы, видится креативность, которая, по Гилфорду, проявляется здесь в оригинальности, семантической спонтанной гибкости, в образной адаптивной гибкости. Оригинально новое слово «потюленить», продуцирующее отдаленные ассоциации. Образная адаптивная гибкость проявляется в переосмыслении лексемы «выходные» как

времени отдыха животного. Соотнесение зооморфных и антропоморфных метафор в одном контексте демонстрирует семантическую спонтанную гибкость, благодаря которой рождаются новые смыслы.

Таким образом, речевая структура метатекста в постах с визуальной составляющей имеет двойное основание. С одной стороны, она организуется за счет установления коммуникативно-смысловых связей между телеграмером и фотографом-исследователем. С другой стороны, за счет установления связи между телеграмером и адресатом, когда последний вовлекается в освоение результатов наблюдений, изложенных телеграмером, в разгадывание двойных смыслов, в том числе шутливых. Понятно, что в текстовом пространстве линии пересекаются.

2 группа постов выполняет другую коммуникативную задачу – быть посредником-интерпретатором между носителем новых научных знаний и читателем (см: Супрун, 2021). Сообщая о чьих-то работах, содержащих открытие, телеграмер стремится рассказать о нем, показав либо эвристичность и оригинальность мысли ученого, либо практическую значимость научных идей. Значит, метатекст организуется также двумя линиями метамаркеров. Первая выражает отношение телеграмера к исследованию. Вторая обращена к адресату с тем, чтобы стимулировать его познакомиться с научным открытием. Лингвокреативность проявляется в тестировании вариативности языковых средств, мобилизованных для реализации этих целей. Чтобы выявить направления творческого «тестирования языковых средств» при выражении этих смыслов в метатексте постов, рассмотрим несколько примеров.

Текст 1 (Блуждающий нерв. 5.06.2022. 11:20)

«*Тут недавно открыли новый* тип ощущений, оптоцепцию**,** *то есть* восприятие мозгом оптогенетических манипуляций. *Не уверен, что открытие не будет вскоре закрыто, и надо еще исследовать, но если все так, то вывод интригует:* мозг отслеживает свое текущее состояние и изменения в нем, *вплоть до* небольших групп нейронов.

Почему авторы статьи (https://www.eneuro.org/content/9/3/ENEURO.0216-22.2022) *в eNeuro настаивают, что* речь идет о новых ощущениях**,** *а не о вызове уже известных*, вроде осязания или слуха? *Все просто,* они возбуждали/тормозили клетки за пределами сенсорных зон коры (у мышей), и *эксперимент показал:* мыши *явно* чувствуют, когда часть клеток на миг изменяют свою актив-

ность. Они ощущают *даже* единичный лазерный импульс, отличают воздействие 10 Гц от 20 Гц и могут обучаться на таких стимулах.

Это, по сути, расширение интероцепции, *т.е.* восприятия организмом своего гомеостаза. *Кажется, Дамасио давно говорит, что* эмоции — это доклад тела сознанию о внутреннем положении дел.

Если авторы новой работы правы, то самые странные сюжеты становятся чуть яснее — например, такие, когда 'внутренний голос' сообщает женщине, что у нее в мозге опухоль, та идет в клинику, и опухоль действительно находят.» (https://t.me/dtulinov/14)

Текст 2. Найден способ охладить полюса Земли на 2°C «очень дешево» (TechInsider. 20.09.2022. 11:16)

«Для этого *авторы нового исследования* (https://www.techinsider.ru/science/news-1557191-nayden-sposob-ohladit-polyusa-zemlina-2c-ochen-deshevo/) *предлагают использовать метод* стратосферного впрыскивания аэрозоля (SAI) из теплоотражающих частиц в атмосферу над полюсами. Побочные эффекты *могут быть неприятными, в плане политики решение столкнется с массой противников, но план предлагает способ замедлить или обратить вспять катастрофическое* повышение уровня моря, которое может возникнуть при разрушении полярных льдов.

Идея SAI заключается в том, чтобы загрузить самолеты диоксидом серы и летать над полюсами, распыляя его в атмосфере на больших высотах, имитируя охлаждающий эффект вулкана.»

Текст 3 (Кот Шредингера.5.12.2022. 22:13)

«*Я представлял* птеродактилей *как* гигантских монстров с размахом крыльев в десяток метров. *А тут пишут* (https://fr.pensoft.net/article/90692/), *что* в Германии *нашли* древнейшего из птеродактилей, старше 150 миллионов лет. И он размером максимум с ворону. *Далеко не все* динозавры (и прочие архозавры) были большими, гиганты *просто бросаются в глаза, а между ними бегала и летала куча мелкозавров*.»

Посты, по сути, целиком представляют собой текст вторичного порядка – метатекст, поскольку с их помощью устанавливается связь между развернутыми текстами, содержащими сообщение о научных результатах, и массовой аудиторией. Речевая структура метатекста организуется двумя линиями связи – во-первых, между открывателями нового и телеграмером, во-вторых, между телеграмером и адресатом.

О речевой структуре метатекста 2 группы постов и об участии лингвокреатем в ее организации

Первую линию метатекста в посте из ТК «Блуждающий нерв» (05.07.2022) представляют разнообразные метамаркеры: 1) «третьего» коммуниканта и/или его речемыслительных действий; 2) авторской самоманифестации и средств демонстрации новизны и/или эвристичности результатов исследования, о котором идет речь; 3) авторской саморефлексии при оценке научной работы. Эти метапоказатели формируют своеобразный диалогический цикл «Речевой стимул исследователя–Отношение телеграмера к исследованию». Показать стимулирование исследователя помогают наименования, указывающие на него («авторы статьи», «авторы новой работы») и на особенности его речемыслительной активности («открыли», «настаивают», «речь идет о», «эксперимент показал», «выводы»). Ссылка на адрес научной работы и указание на место ее публикации (журнал по нейробиологии *eNeuro*, https://www.eneuro.org/content/9/3/ENEURO.0216-22.2022) нагружает пост гипертекстуальностью.

Отношение к позиции третьего лица выражено демонстрацией ее эвристичности («новый тип», «открытие»). Оригинальность сделанного открытия подчеркивается указанием на момент его свершения. Семантику новизны в этот фрагмент привносит наречие времени «недавно», глагол «открыли», соответствующее определение «новый». Существительное «вывод» как маркер коммуникативной активности третьего лица акцентируется с помощью глагола «интриговать» со значением ‘возбуждать любопытство’.

Другую линию в метатексте этой публикации – направленности на читателя – образует целый ряд средств. Оценивая научные перспективы сделанного открытия (традиционный коммуникативный ход для таких сообщений), в субъективно-модальной конструкции, вводящей придаточное, автор выражает сомнения, допущения, даже некоторое недоумение: «Кажется, Дамасио давно говорит, что эмоции...»; «Не уверен, что открытие не будет вскоре закрыто, и надо еще исследовать, но если все так, то ...»; «Если авторы новой работы правы, то самые странные сюжеты становятся чуть яснее...» (https://t.me/dtulinov/14). Такая модальная рамка гипотетичности, демонстрирующая авторскую саморефлексию, «приоткрывает» ход мысли автора. Эта лабораторность изложения сближает автора и читателя.

Стремление сблизить свою позицию с читательской проявляется и в других приемах. Частица «тут», с которой начинается пост, также сокращает дистанцию между автором и читателем, создает атмосферу разговора о чем-то близком. Разбросанные по тексту пропедевтические акценты (усилительные частицы «вплоть до», «даже единичный», наречие «явно чувствуют»), пояснения («Это, по сути, расширение...»; «оптоцепцию, то есть восприятие...»; «интероцепции, т. е. восприятия своего гомеостаза») – средства, которые помогают читателю правильно воспринять текст и предупредить недопонимание. В целом отбор метамаркеров настроен на то, чтобы придать метатексту разговорную тональность, которая звучит иногда вызывающе обыденно, буднично, что нарушает стилистические традиции в научно-популярном изложении, которое должно носить сугубо книжный характер.

Телеграмер не просто указывает на новизну полученных исследователями результатов, но и стремится развеять у читателя всякие сомнения в правоте оценки. Чтобы добиться этого, используется характерная для разговорной речи вопросо-ответная конструкция, которая, однако, насыщается напряжением мысли, а разговорность позволяет сконцентрировать внимание читателя на коммуникативно важной идее: «Почему авторы статьи <...> настаивают, что речь идет о новых ощущениях, а не о вызове уже известных...? Все просто, они возбуждали/тормозили клетки <...> и эксперимент показал <...>». Сопряжение вопроса и ответа придает посту интонацию размышления, которая поддерживается разными приемами на протяжении всего поста.

В следующем посте из ТК *TechInsider* (20.09.22) линия метатекста «Он–Я» начата уже в заголовке предикатом «найден», подчеркивающим новизну открытия: «Найден способ охладить полюса Земли на 2°C “очень дешево”». Заголовок акцентирует внимание на сути научного достижения: «способ охладить полюса Земли на 2°C». На первый план выдвинута и практическая значимость новации: «очень дешево». Вынесенное в конец фразы, это указание служит способом «приманивания» адресата к чтению поста: ведь уже в заголовке ему обещают получить что-то новое за небольшие деньги! Позиция неназванных авторов нового исследования (обозначим ее «они») охарактеризована встроенными в научное описание глаголами речевой активности и существительными с семантикой новизны («авторы *предлагают*», «*новое* исследование», «*идея* заключается»).

«Третьими лицами» (позиция «они») в тексте выступают возможные противники внедрения нового способа охлаждения: «решение столкнется с массой противников». Видим, что в конструктивном устройстве данного предложения актор смыслового противодействия выражен не одушевленным существительным (например, «ученые»), а отглагольным существительным речемышления «решение», т. е. метаречевым элементом. На возможные аргументы противников автор отвечает, вводя свои возражения с помощью противительного союза и негативно оценочной лексики: «но план предлагает способ замедлить или обратить вспять катастрофическое повышение уровня моря, которое может возникнуть при разрушении полярных льдов». Введение глаголов «замедлить», «обратить вспять» дает автору возможность дать свою рационалистическую оценку применения способа.

Вторую линию метатекста – «Я–Вы» – организует подчеркивание логики объяснения научного открытия. Автор «расшифровывает» сформулированную в аббревиации характеристику идеи: «Идея SAI заключается в том, чтобы загрузить самолеты диоксидом серы и летать над полюсами, распыляя его в атмосфере на больших высотах, имитируя охлаждающий эффект вулкана». Активно используется конкретно-предметная лексика («самолет», «вулкан»). Существительное «идея» выполняет метаречевую функцию, указывая на чужую речевую партию и одновременно подчеркивая новизну выражаемого факта.

Третий текст в этой группе имеет речевую организацию метатекста с самой высокой долей выраженности субъективного начала. Метамаркеры первой линии – это так же, как и в предыдущих постах, самоманифестация телеграмера («я представлял») и показатели отношения к «третьим лицам», представленные средствами передачи чужой речи (косвенной речи «тут пишут, что...», ссылки https://fr.pensoft.net/article/90692/), их исследовательской активности («нашли», «древнейшего из птеродактилей»). В сообщении о находке демонстрируется ее существенное влияние на представления людей о древнем мире. В основе структуры текста – субъективно окрашенная антитеза «я представлял – а оказалось». Контрарные смысловые отношения «поддерживают» в тексте противительный союз «а тут», частица «далеко не все», лексические контекстуальные антонимы размеров: с одной стороны, «гигантских монстров», «гиганты»; с другой стороны, «максимум с ворону», «птеродактиль, названный мелкозавром» – наименова-

нием фантастического персонажа, в корне которого антоним слову гигантский – «мелкий». Семантический признак, по которому строятся антонимические отношения в тексте, – размер.

Контрарность смысловых позиций двух участников коммуникации указывает на высокую степень новизны сделанной находки. Чтобы зафиксировать это изменение в сознании читателя, автор рисует шутливую картину из жизни того исторического периода, к которому относится находка: господствуют гигантские динозавры, между которыми бегают, подобно найденным птеродактилям, «мелкозавры». Использование названий нереальных персонажей добавляет повествованию некоего озорства. Исходя из понимания, что шутка всегда рассчитана на второе лицо, которым она должна быть прочитана, и без понимания адресата шутка не состоится, вполне логично считать все средства метатекста, пронизанные шутливой тональностью, маркерами его второй линии – связи «Я–Вы». Семантическая спонтанная гибкость, которая проявляется в шутливом настроении этого текста, не нарушает речевой этикет научно-популярного блогинга, поскольку такого рода тексты создают личностно-ориентированную коммуникацию, на которую настроено общение в мессенджере.

Таким образом, речевая структура метатекста второй группы медиатекстов конструируется двумя линиями маркеров. Первую линию – связи третьего лица и автора – составляют наименования этих участников коммуникации и маркеры эвристичности и практической ценности позиции «третьего» лица. Вторую линию составляют маркеры учета адресата (в том числе второго «я») в тексте, способствующие вовлечению собеседника в сомышление.

Результаты

1. Анализ телеграм-постов в научно-популярных каналах показывает возможность их типологизации. В частности, нами были проанализированы посты двух групп: одни помогают понять изображения как источник визуализированных новых знаний, другие – привлекают внимание читателей к сообщениям о научных открытиях и об источнике знаний о них (книге или статье). Осмысляя коммуникативную роль таких постов, мы приходим к выводу, что сами посты имеют метатекстовый характер. В первом случае через текст поста устанавливается связь между исследователем, изучающим фото, и адресатом. Во втором случае – между

авторами научной работы, в которой изложено научное открытие, и читателями. Читателя приглашают познакомиться с новой научной публикацией, привлекшей внимание телеграмера.

2. Речевая структура метатекста постов организуется двумя «линиями» маркеров, демонстрирующих взаимодействие смысловых позиций: «Он–Я» и «Я–Вы». В постах с фотографиями одна линия метамаркеров – это выражение связи между исследователем, использующим фото в качестве источника информации, и телеграмером. Этой связью выражается установка на систематизацию и упорядочение сведений, полученных из визуальных источников. Вторая – между телеграмером и читателем – демонстрирует устремленность телеграмера на успешную передачу концентрированно изложенного знания адресату, на создание доверия к оценкам телеграмера.

Во втором классе медиатекстов маркеры одной линии отражают связь между первоисточником сведений о научном открытии и телеграмером. Эта связь поддерживается реализацией установки на оценку эвристичности и практической значимости нового научного знания, о котором идет речь в первоисточнике. Метамаркеры другой линии направлены на реализацию связи между телеграмером и читателем. С помощью этих маркеров, с одной стороны, выражается отношение телеграмера к речемыслительной активности исследователя, с другой стороны, привлекается внимание читателя к предмету речи, поддерживается интерес к нему, возбуждается любопытство, предупреждаются непонимание или возможные возражения. На текстовой плоскости линии пересекаются в силу полифункциональности самих средств.

3. Установка на новизну выражения, вызванная потребностью в экспрессивности медиакоммуникации, действует и при формировании метатекста в постах. Линии метатекста в каждом из постов выстраиваются с разной долей выраженности субъективного начала. Креативность проявляется в большей мере, когда ориентация на субъективность изложения заявлена выше. Для создания экспрессивности упорядочения фактов используются лексические креатемы, например лексические метафоры, а также синтаксические приемы– анафора, параллелизм, сегментация.

Если посты выполняют в ленте развлекательную функцию, метатекст в них создается в шутливой модальности. Лингвокреативные средства в метатекстовых компонентах телеграм-поста передают этапы знакомства с предметом речи через презентацию

предмета/объекта речи, оценку других позиций, управление вниманием адресата. Направлениями лингвокреативной экспликации в метатексте как лингвокомпозиционном компоненте телегрампоста, отражающем контакт смысловых позиций субъекта речи и иных участников коммуникации, выступают: привлечение внимания, обеспечение экспрессивного лаконизма. Анализ участия креатем в построении метатекста уточнил наши представления о лингвокреативности, показав, что в одних случаях она проявляется как оригинальность (способность устанавливать отдаленные ассоциативные связи), в других – как семантическая гибкость (через способность видеть главное в объекте и возможную вариативность использования), в-третьих – как образная адаптивная гибкость (через способность видоизменить стимул с целью выявить в нем новые свойства и возможности для использования). Лингвокреативность обогащает арсенал речевых техник массовой коммуникации.

Выводы

Наш анализ подтвердил фундаментальное значение метатекста в организации медиаречи. Метатекст – это строительный каркас медиатекста, который создается на основе смыслового взаимодействия участников научной популяризации: источника знаний, телеграмера и адресата. Раскрыта речевая структура метатекста, ее составляют организованные в линии маркеры: а) наименования участников коммуникации – автора, «третьего» лица и адресата, б) названия речемыслительной активности, в) показатели эмоциональных и рациональных оценок чужих позиций, г) маркеры логико-смысловых отношений, д) акцентуаторы. Эти маркеры выстраивают две линии: одна демонстрирует связь по каналу «автор-ученый», другая – по каналу «автор-адресат». В конкретных текстах линии взаимодействуют. Для обеспечения связи по первому каналу в отношениях первоисточника и телеграмера большую роль играет телеграмер. По второму каналу большую значимость имеет адресат. Под влиянием фактора адресата телеграмер создает метатекст гипертекстовой природы, в котором выделяются две линии метамаркеров. В разных типах текстов этот каркас выстраивается по-разному. Под влиянием фактора адресата телеграмер обращается в целях создания экспрессии к лингвокреативным средствам. Обновление ресурсов создания метатекста

помогает создавать в медиа новые речевые форматы и технологии, обеспечивая коммуникативную адаптацию языка к условиям субъект-субъектного общения в медиа, каким оно стало в мессенджерах.

Примечания

[1] Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакоммуникации».

[2] Биологово. Режим доступа: https://t.me/biologovo (дата обращения: 17.02.2023); TechInsider. Режим доступа: https://t.me/techinsiderru (дата обращения: 17.02.2023); Блуждающий нерв. Режим доступа: https://t.me/dtulinov (дата обращения: 17.02.2023); Кот Шредингера. Режим доступа: https://t.me/kot_sh (дата обращения: 17.02.2023); НаукаPRO. Режим доступа: https://t.me/naukaproo (дата обращения: 17.02.2023); Наука и жизнь. Режим доступа: https://t.me/scienceandlife (дата обращения: 17.02.2023).

Библиография

Андриянова С. С., Веретено А. А. Использование мессенджера *Telegram* для продвижения бренда // Economics. 2018. № 3 (35). С. 54–57.

Апресян Ю. Д. Языковые аномалии: типы и функции // Res Philologica: Филологические исследования. Памяти академика Георгия Владимировича Степанова (1919–1986). М.; Л.: Наука, 1990. С. 50–71.

Арутюнова Н. Д. Аномалии и язык (к проблеме языковой «картины мира») // Вопросы языкознания. 1987. № 3. С. 3–19.

Арутюнова Н. Д. Язык речевых действий. От редактора // Логический анализ языка. М.: Наука, 1994. С. 3–5.

Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа // Русская словесность: От теории словесности к структуре текста: Антология. М.: Academia, 1997. С. 227–244.

Беляевская Е. Г. Лингвистическая креативность: нарушение нормы? // Дискурс и язык в эпоху «больших данных»: лингвокреативные пределы и возможности. II Международная научная конференция. 16–17 сентября 2021. Тезисы докладов. С. 1–2.

Буров А. А. Проблема метатекста в современной лингвистике. 2010. Режим доступа: http://pglu.ru/upload/iblock/f61/uch_2010_viii_00003.pdf (дата обращения: 21.01.2018).

Вежбицкая А. Метатекст в тексте // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 8. М.: Прогресс, 1978. С. 402–421.

Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005.

Власова Е. Г. Адаптивная роль современной журналистики и приемы ее реализации (на материале урбанистически ориентированных сетевых изданий) // Медиалингвистика. 2022. 9 (2). С. 113–125.

Гилфорд Дж. Психология мышления // под ред. *А. М. Матюшкина*. М.: Прогресс, 1965.

Генералова Е. В. Медиатекст как отражение динамических хронологических изменений в лексике и фразеологии // Медиалингвистика. 2021. № 8 (2). С. 180–192. DOI: 10.21638/spbu22.2021.207

Горошко Е. И., Землякова Е. А. Полиформатный мессенджер как жанр 2.0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений Telegram) // Жанры речи. 2017. № 1 (15). С. 92–100. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-92-100

Гридина Т. А. К истокам вербальной креативности: Творческие эвристики детской речи // Лингвистика креатива–1: коллект. моногр. / под общей ред. *Т. А. Гридиной*. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ин-т, 2013. С. 5–58.

Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ин-т, 1996.

Демьянков В. З. Языковое творчество и речевая креативность // Язык как медиатор между знанием и искусством: сб. докл. Междунар. науч. семинара / Институт русского языка им. *В. В. Виноградова*; под ред. *Н. А. Фатеевой*. М.: Азбуковник, 2009. С. 11–19.

Дорохин В. Н. Феномен политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в России // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. 2019. № 1. С. 103–105.

Дускаева Л. Р. О формах выражения диалогичности в газетно-публицистических текстах // Язык, культура, общество: Статический и динамический аспекты. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1988. С. 47–48.

Дускаева Л. Р. Изменения форм выражения диалогичности в газетно-публицистических текстах нач. 1990-х гг (по сравнению с текстами нач. 80-х гг) // Разновидности текста в функционально-стилистическом аспекте. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1993. С. 112–122.

Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2004.

Дускаева Л. Р. Медиажанры в мессенджере // Медиалингвистика в терминах и понятиях. Словарь-справочник. М.: Флинта, 2018. С. 396–399.

Дускаева Л. Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М.: Флинта, 2019.

Зыкова И. В. Лингвокреативность с позиции лингвокультурологии: теория, метод, анализ // Язык. Сознание. Коммуникация. Вып. 53 / отв. ред. серии *В. В. Красных, А. И. Изотов*. М.: Макс Пресс, 2016. С. 136–151.

Зыкова И. В. Метаязык лингвокультурологии: Константы и варианты. М.: Гнозис, 2017.

Зыкова И. В., Киосе М. И. Параметризация лингвистической креативности в междискурсивном аспекте: кинодискурс vs. дискурс детской литературы // Вопросы когнитивной лингвистики. 2020. № 2. С. 26–40. DOI: 10.20916/1812-3228-2020-2-26-40

Иванов А. Д. Чат-бот в *Telegram* и ВКонтакте как новый канал распространения новостей // Вестн. Волжск. ун-та им. В. Н. Татищева. 2016. № 3 (1). С. 126–132.

Иванова Л. Ю. Речевые маркеры комической ответности в международном информировании с использованием новых медийных форм // Российские исследования. 2021. № 2 (2). С. 114–120.

Ильясова С. В. Языковая игра: словообразовательная, графическая, орфографическая (на материале текстов современных российских СМИ) // Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). С. 91–100.

Ирисханова О. К. О понятии креативности и его роли в метаязыке лингвистических описаний // Когнитивные исследования языка. Вып. V. Исследование познавательных процессов в языке / под ред. *Е. С. Кубряковой*. М., 2009. С. 157–171.

Киосе М. И. Когнитивно-семиотические основания лингвокреативности дискурса: методика анализа // Урал. филол. вестн. Сер.: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2020. № 2 (29). С. 37–47. DOI: 10.26170/ufv20-02-03

Киосе М. И. Параметры и техники «настройки» лингвистической креативности в детском художественном тексте // Вопросы когнитивной лингвистики. 2019. № 4. С. 66–76.

Кожина М. Н., Дускаева Л. Р. Лингвостилистические изменения в русской газете последнего десятилетия // Stylistyka. II. Opole, 1993.

Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка. М.: Флинта, 2014.

Копнина Г. А., Сковородников А. П. Стилистика креатива и эколингвистика: точки соприкосновения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2014. № 8 (38): в 2-х ч. Ч. 1. С. 101–104.

Купина Н. А. Креативная стилистика. М.: Флинта, 2014.

Купина Н. А. Креатемы в речи детей // Уральск. филол. вестн. Сер.: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2012. № 3. С. 22–27.

Лингвокреативность в дискурсах разных типов: Пределы и возможности: колл. моногр. / отв. ред. *И. В. Зыкова*. М.: Р. Валент, 2021.

Лотман Ю. М. Автокоммуникация: «Я» и «Другой» как адресаты // Семиосфера. СПб.: Искусство-СПб, 2001. С. 163–177.

Ляпон М. В. Смысловая структура сложного предложения и текст: к типологии внутритекстовых отношений. М.: Наука, 1986.

Михно С. В., Абенова С. К., Бержицкая Л. А. Использование мессенджера для реализации технологии электронного обучения в вузе // Актуальные научные исследования в современном мире. 2019. № 6–2 (50). С. 52–56.

Мокрая Е. А. Telegram-канал как платформа для политической коммуникации // Русская политология. 2018. № 4 (9). С. 62–66.

Молодыченко Е. Н. Метапрагматические дискурсы и жанровая дифференциация в интернет-медиа // Вестн. СПбГУ. Язык и литература. 2021. № 18 (2). С. 363–382. DOI: 10.21638/spbu09.2021.207

Негрышев А. А. Достоверность новостного медиатекста: опыт макроструктурного анализа // Медиалингвистика. 8 (1). 4–22. DOI: 10.21638/spbu22.2021.101.

Николаева Т. М. Метатекст и его функция в тексте // Исследования по структуре текста. М.: Наука, 1987. С. 133–174.

Новикова М. Л., Новиков Ф. Н. Креативный потенциал языка СМИ: слово — пяльцы, слово — ткань, слово — лён // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. № 8 (2). С. 315–329. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(2).315-329

Норман Б. Ю. Грамматика говорящего. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1994.

Перфильева Н. П. Метатекст: текстоцентрический и лексикографический аспекты: дис. ... д-ра филол. наук. Новосибирск, 2006.

Пластинина Н. А. Лингвокогнитивные механизмы порождения метатекста: на примере переводческих предисловий/послесловий к художественному тексту: дис. ... канд. филол. наук. Ижевск, 2018.

Радбиль Т. Б. Языковые аномалии в художественном тексте: Андрей Платонов и другие. 2-е изд. стереотип. М.: Флинта, 2012.

Радбиль Т. Б., Рацибурская Л. В. Словообразовательные инновации на базе заимствованных элементов в современном русском языке: лингвокультурологический аспект // Мир русского слова. 2017. № 2. С. 33–39.

Ремчукова Е. Н. Креативный потенциал русской грамматики. 2-е изд. М.: Изд-во РУДН, 2005.

Романцова Т. Д. Метаконцепт «язык» в газетной публицистике В. Распутина конца 1980 – начала 1990-х гг.: когнитивно-праксиологический аспект // Медиалингвистика. 2021. № 8 (3). С. 219–236. DOI: 10.21638/spbu22.2021.302.

Сковородников А. П. Об определении понятия «языковая игра» // Игра как прием текстопорождения: колл. моногр. Красноярск: Сибирск. фед. ун-т, 2010. С. 50–63.

Словарь современного русского литературного языка. (БАС). В 17 т. / под ред. *В. И. Чернышова*. М.: Изд-во АН СССР, 1961. С 138–139.

Супрун В. И. Эволюция терминов русской журналистики: от ведомостей до медиа // Медиалингвистика. 2021. № 8 (4). С. 391–405. DOI: 10.21638/spbu22.2021.406

Турунен Н. Метатекст как глобальная система и вопросы конструирования текста в пособиях по развитию речи // Стереотипность и творчество в тексте. Пермь: Перм. гос. нац. иссл. ун-т, 1999. С. 310–320.

Фещенко В. В., Коваль О. В. Сотворение знака. Очерки о лингвоэстетике и семиотике искусства. М.: Языки славянской культуры, 2014.

Цветова Н. С. Критика медиаречи: вопросы для дискуссии // Медиалингвистика. 2021. № 8 (3). С. 299–314. DOI: 10.21638/spbu22.2021.308

Цонева Л. М. Языковая игра и ее изучение // Медиалингвистика. 2014. № 1 (4). С. 101–108.

Чернявская В. Е. Метапрагматика коммуникации: когда автор приносит свое значение, а адресат свой контекст // Вестн. СПбГУ. Язык и литература. 2020. №1. 135–147. DOI: 10.21638/spbu09.2020.109.

Черняков А. Н. Метаязыковая рефлексия в текстах русского авангардизма 1910–20-х гг.: дис. ... канд. филол. наук. Калининград, 2007.

Чиговская Я. А. Категории ретроспекции и проспекции в русских научных текстах: дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2001.

Шмелева Т. В. Смысловая организация предложения и проблема модальности // Актуальные проблемы русского синтаксиса / под ред. *К. В. Горшковой и Е. В. Клобукова*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. С. 78–100.

Agha A. (2007) *Language and social relations.* Cambridge: Cambridge University Press. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511618284

Boden M. (2003) *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. Taylor & Francis.

Bublitz W., Hübler A. (2007) *Metapragmatics in Use*. Amsterdam: John Benjamins. DOI: https://doi.org/10.1075/pbns.165

Carter R. (1997) *Investigating English discourse: Language, literacy, literature*. New York: Routledge.

Carter R. (2017) *Language and creativity. The art of common talk*. New York: Routledge (2nd ed.).

Crismore A. (1989) *Talking with Readers: Metadiscourse as Rhetorical Act*. New York: Peter Lang.

Duskaeva L. R. (2020) Speech Etiquette in Online Communities: Medialinguistics Analysis. *Russian Journal of Linguistics* 24 (1): 56–79. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-1-56-79.

Finke R. A., Ward T. B., Smith S. M. (1992) *Creative cognition: Theory, research, and applications*. Cambridge: MIT Press.

Jones R. (2012) *Discourse and creativity*. London: Routledge.

Kaufman J. C., Plucker J. A. (2011) Intelligence and creativity. In R. J. Sternberg, S. Kaufman (eds.) *The Cambridge handbook of intelligence*. New York: Cambridge University Press. Pp. 771–783. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511977244.039

Langlotz A. (2006) *Idiomatic creativity. A cognitive linguistic model of idiom representation and idiom variation in English*. Amsterdam: John Benjamins. DOI: https://doi.org/10.1075/hcp.17

Silverstein M. (1993) Metapragmatic discourse and metapragmatic function. In J. A. Lucy (ed.) *Reflexive language: Reported speech and metapragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 33–58. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511621031.004

Silvia P. J., Nusbaum E. C., Berg C., Martin C., O'Connor A. (2009) Openness to experience, plasticity, and creativity: Exploring lower-order, higherorder, and interactive effects. *Journal of Research in Personality* 43: 1087–1090. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jrp.2009.04.015

Simpson P. (ed.) (2019) *Style, rhetoric and creativity in language*. Amsterdam: John Benjamins. DOI: https://doi.org/10.1075/lal.34

Sligh A. C., Conners F. A., Roskos-Ewoldsen B. (2005) Relation of creativity to fluid and crystallized intelligence. *Journal of Creative Behavior* 39: 123–136. DOI: https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2005.tb01254.x

Spitzmüller J. (2015) Graphic variation and graphic ideologies: A metapragmatic approach. *Social Semiotics* 25 (2): 126–141. DOI: https://doi.org/10.1080/10350330.2015.1010323

Stockwell P. (2012) *Texture: A cognitive aesthetics of reading*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Torop P. (2008) Translation as communication and auto-communication. *Sign Systems Studies* 36 (2): 375–397. DOI: https://doi.org/10.12697/SSS.2008.36.2.06

Vasileva V., Ivanova L. (2021) Humour as a strategy for the news delivery: the case of Meduza. *European Journal of Humour Research* 9 (1): 105–128. DOI: 10.7592/EJHR2021.9.1.Vasileva

Verschueren J. (2000) Notes on the role of metapragmatic awareness in language use. *Pragmatics* 10 (4): 439–456. DOI: https://doi.org/10.1075/prag.10.4.02ver

Notes

Issledovanie vypolneno pri podderzhke Rossiyskogo nauchnogo fonda, proekt 22-18-00184 [The study was carried out with support from the Russian Scientific Foundation, project 22-18-00184].

Biologovo [Biologovo]. Available at: https://t.me/biologovo (accessed: 17.02.2023).

Bluzhdayushchiy nerv [The Vagal Nerve]. Available at: https://t.me/dtulinov (accessed: 17.02.2023).

Kot Shredingera [Schrodinger's Cat]. Available at: https://t.me/kot_sh (accessed: 17.02.2023).

NaukaPRO [NaukaPRO]. Available at: https://t.me/naukaproo (accessed: 17.02.2023).

Nauka i zhizn' [Nauka i Zhizn]. Available at: https://t.me/scienceandlife (accessed: 17.02.2023).

TechInsider [Techinsider]. Available at: https://t.me/techinsiderru (accessed: 17.02.2023).

References

Agha A. (2007) *Language and Social Relations*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511618284

Andriyanova S. S., Vereteno A. A. (2018) Ispol'zovanie messendzhera Telegram dlya prodvizheniya brenda [Using the Telegram Messenger for Brand Promotion]. *Economics* 3 (35): 54–57. (In Russian)

Apresyan Yu. D. (1990) Yazykovye anomalii: tipy i funktsii [Language Anomalies: Types and Functions]. In *Res Philologica: Filologicheskie issledovaniya. Pamyati akademika Georgiya Vladimirovicha Stepanova (1919–1986)* [Res Philologica: Philological Studies in Remembrance of Academician G. V. Stepanov (1919–1986)]. Moscow; Leningrad: Nauka Publ. Pp. 50–71. (In Russian)

Arutyunova N. D. (1987) Anomalii i yazyk (k probleme yazykovoy «kartiny mira») [Anomalies and Language (Towards the Linguistic "Picture of the World")]. *Voprosy yazykoznaniya* 3: 3–19. (In Russian)

Arutyunova N. D. (1994) Yazyk rechevykh deystviy. Ot redaktora [The Language of Speech Actions. Editorial]. In *Logicheskiy analiz yazyka* [Logical Analysis of the Language]. Moscow: Nauka Publ. Pp. 3–5. (In Russian)

Bakhtin M. M. (1997) Problema teksta v lingvistike, filologii i drugih gumanitarnyh naukah. Opyt filosofskogo analiza [The Problem of Text in Linguistics, Philology and Other Humanities. The Experience of Philosophical Analysis]. In *Russkaya slovesnost': Ot teorii slovesnosti k strukture teksta. Antologiya* [Russian Literature: from Theory of Literature to the Structure of Text. An Anthology]. Moscow: Academia Publ. Pp. 227–244. (In Russian)

Belyaevskaya E. G. (2021) Lingvisticheskaya kreativnost': narushenie normy? [Linguistic Creativity': a Violation of the Norm?]. In *Diskurs i yazyk v epokhu «bol'shikh dannykh»: lingvokreativnye predely i vozmozhnosti. II Mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya. 16–17 sentyabrya 2021. Tezisy dokladov* [Discourse and Language in an Era of Big Data: Linguo-Creative Limits and Opportunities. The 2nd International Scientific Conference. September 16–17, 2021. Abstracts]. Pp. 1–2. (In Russian)

Boden M. (2003) *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. Taylor & Francis.

Bublitz W., Hübler A. (2007) *Metapragmatics in Use*. Amsterdam: John Benjamins. DOI: https://doi.org/10.1075/pbns.165

Burov A. A. (2010) *Problema metateksta v sovremennoy lingvistike* [The Problem of Metatext in Modern Linguistics]. Available at: http://pglu.ru/upload/iblock/f61/uch_2010_viii_00003.pdf (accessed: 21.01.2018). (In Russian)

Carter R. (1997) *Investigating English Discourse: Language, Literacy, Literature*. New York: Routledge.

Carter R. (2017) *Language and Creativity. The Art of Common Talk (2nd ed.)*. New York: Routledge.

Chernyshov V. I. (ed.) (1961) *Slovar' sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka v 17 t.* [Dictionary of the Modern Russian Literary Language in 17 vol.]. AN SSSR Publ. Pp. 138–139. (In Russian)

Chernyakov A. N. (2007) *Metayazykovaya refleksiya v tekstakh russkogo avangardizma 1910–20-kh gg.:* dis. ... kand. filol. nauk. [Metalinguistic Reflection in the Texts of Russian Avant-Gardism of the 1910-20s: PhD philol. sci. diss.] Kaliningrad. (In Russian)

Chernyavskaya V. E. (2020) Metapragmatika kommunikatsii: kogda avtor prinosit svoe znachenie, a adresat svoy kontekst [Metapragmatics: When the Author Brings His Meaning and the Addressee – His Context]. *Vestn. SPbGU. Yazyk i literature* 1: 135–147. DOI: 10.21638/spbu09.2020.109. (In Russian)

Chigovskaya Ya. A. (2001) *Kategorii retrospektsii i prospektsii v russkikh nauchnykh tekstakh:* dis. ... kand. filol. nauk. [Categories of Retrospection and Prospection in Russian Scientific Texts: PhD philol. sci. diss.] Perm'. (In Russian)

Crismore A. (1989) *Talking with Readers: Metadiscourse as Rhetorical Act*. New York: Peter Lang.

Dem'yankov V. Z. (2009) Yazykovoe tvorchestvo i rechevaya kreativnost' [Linguistic Creative Work and Speech Creativity]. In N. A. Fateeva (ed.) *Yazyk kak mediator mezhdu znaniem i iskusstvom: Sb. dokl. Mezhdunar. nauch. seminara / Institut russkogo yazyka im. V. V. Vinogradova* [Language as a Mediator Between Knowledge and Art: Proceedings of the International Scientific Seminar / Vinogradov Institute of the Russian Language]. Moscow: Azbukovnik Publ. Pp. 11–19. (In Russian)

Dorokhin V. N. (2019) Fenomen politicheskikh Telegram-kanalov kak innovatsionnykh tsifrovykh SMI v Rossii [The Phenomenon of Political Telegram Channels as Innovative Digital Media in Russia]. *Vestn. Voronezh. gos. un-ta. Ser.: Filologiya. Zhurnalistika* 1: 103– 105. (In Russian)

Duskaeva L. R. (1988) O formah vyrazhenija dialogichnosti v gazetno-publicisticheskih tekstah [On the Forms of Dialogic Expression in Newspaper and Journalistic Texts]. In *Yazyk, kul'tura, obshchestvo: Staticheskiy i dinamicheskiy aspekty* [Language, Culture, Society: the Static and Dynamic Aspects]. Perm'. Pp. 47–48. (In Russian)

Duskaeva L. R. (1993) Izmeneniya form vyrazheniya dialogichnosti v gazetno-publitsisticheskikh tekstakh nachala 1990-kh gg (po sravneniyu s tekstami nachala 80-kh gg) [The Shift of Forms in the Dialogisity Expression in News Texts of the Early 1990s (in Comparison with Texts of the Early 1980s)]. In *Raznovidnosti teksta v funkcional'no-stilisticheskom aspekte* [Varieties of Text in the Functional and Stylistic Aspects]. Perm'. Pp. 112–122. (In Russian)

Duskaeva L. R. (2004) *Dialogicheskaya priroda gazetnykh rechevykh zhanrov* [Dialogical Nature of Newspaper Speech Genres]. Perm': Perm. Univ. Publ. (In Russian)

Duskaeva L. R. (2018) Mediazhanry v messendzhere [Media Genres in a Messenger]. In *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh. Slovar'-spravochnik* [Media Linguistics in Terms and Concepts. A Reference Book]. Moscow: Flinta Publ. Pp. 396–399. (In Russian)

Duskaeva L. R. (2019) *Stilisticheskiy analiz v medialingvistike* [Stylistic Analysis in Media Linguistics]. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)

Duskaeva L. R. (2020) Speech Etiquette in Online Communities: Medialinguistics Analysis. *Russian Journal of Linguistics* 24 (1): 56–79. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-1-56-79.

Feshhenko V. V., Koval' O. V. (2014) *Sotvorenie znaka. Ocherki o lingvoestetike i semiotike iskusstva* [Creation of the Sign. Essays on Linguo-Aesthetics and Semiotics of Art]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ. (In Russian)

Finke R. A., Ward T. B., Smith S. M. (1992) *Creative Cognition: Theory, Research, and Applications*. Cambridge: MIT Press.

Gilford J. (1965) *Psikhologiya myshleniya* [Psychology of Thinking]. Moscow: Progress Publ. (In Russian)

Generalova E. V. (2021) Mediatekst kak otrazhenie dinamicheskih hronologicheskih izmenenij v leksike i frazeologii [A Media Text as a Reflection of Dynamic Chronological Changes in Vocabulary and Phraseology]. *Medialingvistika* 8 (2): 180–192. DOI: 10.21638/spbu22.2021.207 (In Russian)

Goroshko E. I., Zemlyakova E. A. (2017) Poliformatnyy messendzher kak zhanr 2.0 (na primere messendzhera mgnovennykh soobshcheniy Telegram) [Polyformat Messenger Telegram as a Genre 2.0 (on the Example of Telegram, a Messenger of Instantaneous Messages)]. *Zhanry rechi* 1 (15): 92–100. DOI: 10.18500/2311-0740-2017-1-15-92-100 (In Russian)

Gridina T. A. (1996) *Yazykovaya igra: stereotip i tvorchestvo* [Language Game: Stereotype and creativity]. Ekaterinburg: Ural. GPI Publ. (In Russian)

Gridina T. A. (2013) K istokam verbal'noy kreativnosti: Tvorcheskie evristiki detskoy rechi [To the Origins of Verbal Creativity: Creative Heuristics of Children's Speech]. In T. A. Gridina (ed.) *Lingvistika kreativa–1*: *kollekt. monogr.* [Linguistics of Creative Spirit–1: a Collective Monograph]. Ekaterinburg. Pp. 5–58. (In Russian)

Il'yasova S. V. (2015) Yazykovaya igra: slovoobrazovatel'naya, graficheskaya, orfograficheskaya (na materiale tekstov sovremennykh rossiyskikh SMI) [Language Game: Word-Formation, Graphic, Orthographic (on the material of modern Russian media texts)]. *Medialingvistika* 1 (6): 91–100. (In Russian)

Iriskhanova O. K. (2009) O ponyatii kreativnosti i ego roli v metayazyke lingvisticheskikh opisaniy [On the Concept of Creativity and Its Role in the Metalanguage of Linguistic Descriptions]. In E. S. Kubryakova (ed.) *Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. V. Issledovanie poznavatel'nykh protsessov v yazyke* [Cognitive Studies into the Language. Issue 5. A Study into Cognitive Processes in the Language]. Moscow. Pp. 157–171. (In Russian)

Ivanov A. D. (2016) Ivanov A.D. Chat-bot v Telegram i VKontakte kak novyy kanal rasprostraneniya novostey [Chat Bot in Telegram and VKontakte as a New Channel of News Distribution]. *Vestn. Volzh. un-ta im. V. N. Tatishcheva* 3 (1): 126–132. (In Russian)

Ivanova L. Yu. (2021) Rechevye markery komicheskoy otvetnosti v mezhdunarodnom informirovanii s ispol'zovaniem novykh mediynykh form [Speech Markers of Humorous Responding in International Informing via New Media Forms]. *Rossiyskie issledovaniya* 2 (2): 114–120. (In Russian)

Jones R. (2012) *Discourse and Creativity*. London: Routledge.

Kaufman J. C., Plucker J. A. (2011) Intelligence and Creativity. In R. J. Sternberg, S. Kaufman (eds.) *The Cambridge Handbook of Intelligence*. New York: Cambridge University Press. Pp. 771–783. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511977244.039

Kiose M. I. (2019) Parametry i tekhniki «nastroyki» lingvisticheskoy kreativnosti v detskom khudozhestvennom tekste [Parameters and Technologies of "Tuning" Linguistic Creativity in Children's Fiction]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki* 4: 66–76. (In Russian)

Kiose M. I. (2020) Kognitivno-semioticheskie osnovaniya lingvokreativnosti diskursa: metodika analiza [Cognitive-Semiotic Foundations of Linguocreativity of Discourse: Analysis Methodology]. *Ural'skiy filologicheskiy vestnik. Ser.: Yazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa* 2 (29): 37–47. (In Russian)

Kopnina G. A., Skovorodnikov A. P. (2014) Stilistika kreativa i ekolingvistika: tochki soprikosnoveniya [Stylistics of Creativity and Ecolinguistics: Points of

Contact]. In *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. No 8 (38): v 2-kh ch. Ch. 1*. Tambov. Pp. 101–104. (In Russian)

Kozhina M. N., Duskaeva L. R. (1993) Lingvostilisticheskie izmeneniya v russkoy gazete poslednego desyatiletiya [Linguistic and Stylistic Changes in the Russian Newspaper of the Past Decade]. *Stylistyka. II*. Opole Publ. (In Russian)

Kozhina M. N., Duskaeva L. R., Salimovsky V. A. (2014) *Stilistika russkogo yazyka* [Russian Language Stylistics]. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)

Kupina N. A. (2012) Kreatemy v rechi detey [Createmes in Children's Speech]. *Ural'skiy filologicheskiy vestnik. Ser.: Yazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa* 3: 22–27. (In Russian)

Kupina N. A. (2014) *Kreativnaya stilistika* [Creative Stylistics]. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)

Langlotz A. (2006) *Idiomatic Creativity. A Cognitive Linguistic Model of Idiom Representation and Idiom Variation in English*. Amsterdam: John Benjamins. DOI: https://doi.org/10.1075/hcp.17

Lyapon M. V. (1986) *Smyslovaya struktura slozhnogo predlozheniya i tekst: k tipologii vnutritekstovykh otnosheniy* [A Semantic Structure of a Complex Sentence and a Text: Towards the Typology of Intra-Textual Relations]. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

Lotman Yu. M. (2001) Avtokommunikatsiya: «Ya» i «Drugoy» kak adresaty [Autocommunication: "I" and "The Other" as Addressees]. In *Semiosfera* [Semiosphere]. St. Petersburg: Iskusstvo-SPb Publ. Pp. 163–177. (In Russian)

Mikhno S. V., Abenova S. K., Berzhitskaya L. A. (2019) Ispol'zovanie messendzhera dlya realizatsii tekhnologii elektronnogo obucheniya v vuze [The Use of a Messenger for the Implementation of Electronic Education Technology in Universities]. *Aktual'nye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire* 6–2 (50): 52–56. (In Russian)

Mokraya Ye. A. (2018) Telegram-kanal kak platforma dlya politicheskoy kommunikacii [A Telegram Channel as a Platform for Political Communication]. *Russkaya politologiya* 4 (9): 62–66. (In Russian)

Molodychenko E. N. (2021) Metapragmaticheskie diskursy i zhanrovaya differenciaciya v internet-media [Metapragmatic Discourses and Genre Differentiation in Online Media]. *Vestn. SPbGU. Yazyk i literatura* 18 (2): 363–382. DOI: 10.21638/spbu09.2021.207 (In Russian)

Negryshev A. A. (2021) Dostovernost' novostnogo mediateksta: opyt makrostrukturnogo analiza [Credibility of News Media Text: the Experience of Macrostructural Analysis]. *Medialingvistika* 8 (1): 4–22. DOI: 10.21638/spbu22.2021.101

Nikolaeva T. M. (1987) Metatekst i ego funkcija v tekste [Metatext and Its Function in the Text]. In *Issledovanija po strukture teksta* [Studies into Text Structure]. Moscow: Nauka Publ. Pp. 133–174. (In Russian)

Norman B. Yu. (1994) *Grammatika govoryashchego* [Speaker's Grammar]. St. Petersburg: SPbGU Publ. (In Russian)

Novikova M. L., Novikov F. N. (2019) Kreativnyy potentsial yazyka SMI: slovo – pyal'tsy, slovo – tkan', slovo – len [A Creative Potential of Media Language: Word – Embroidery Frame, Word – Fabric, Word – Linen]. *Voprosy teo-*

rii i praktiki zhurnalistiki 8 (2): 315–329. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(2).315-329 (In Russian)

Perfil'eva N.P. (2006) *Metatekst: tekstocentricheskij i leksikograficheskij aspekty*: dis. ... dokt. filol. nauk. [Metatext: Text-Centric and Lexicographic Aspects. Dr. philol. sci. diss.] Novosibirsk. (In Russian)

Plastinina N. A. (2018) *Lingvokognitivnye mehanizmy porozhdenija metateksta: na primere perevodcheskih predislovij/posleslovij k hudozhestvennomu tekstu*: dis. ... kand. filol. nauk. [Linguocognitive Mechanisms of Metatext Generation: on the Example of Translator's Prefaces/Afterwords to a Literary Text: PhD philol. sci. diss.] Izhevsk. (In Russian)

Radbil' T. B. (2012) *Yazykovye anomalii v khudozhestvennom tekste: Andrey Platonov i drugie. 2-e izd. stereotip.* [Linguistic Anomalies in a Literary Text: Andrey Platonov and Others. 2nd ed. stereotip]. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)

Radbil' T. B., Raciburskaja L. V. (2017) Slovoobrazovatel'nye innovatsii na baze zaimstvovannykh elementov v sovremennom russkom yazyke: lingvokul'turologicheskiy aspekt [Word-Formation Innovations on the Basis of Borrowed Elements in the Modern Russian Language: the Linguoculturological Aspect]. *Mir russkogo slova* 2: 33–39. (In Russian)

Remchukova E. N. (2005) *Kreativnyy potentsial russkoy grammatiki. Izd. 2-e.* [The Creative Potential of Russian Grammar. 2nd ed.]. Moscow: RUDN Publ. (In Russian)

Romantsova T. D. (2021) Metakontsept «yazyk» v gazetnoy publitsistike V. Rasputina kontsa 1980-kh — nachala 1990-kh gg.: kognitivno-praksiologicheskiy aspekt [Meta-Concept of Language in V. Rasputin's Newspaper Journalism of the Late 1980s – Early 1990s: the Cognitive-Praxeological Aspect]. *Medialingvistika* 8 (3): 219–236. DOI: 10.21638/spbu22.2021.302 (In Russian)

Shmeleva T. V. (1984) Smyslovaya organizatsiya predlozheniya i problema modal'nosti [Semantic Organization of a Sentence and the Problem of Modality]. In K. V. Gorshkova, E. V. Klobukov (eds.) *Aktual'nye problemy russkogo sintaksisa* [Current Problems of Russian Syntax]. Moscow: Moscow State Univ. Publ. Pp. 78–100. (In Russian)

Silverstein M. (1993) Metapragmatic Discourse and Metapragmatic Function. In J. A. Lucy (ed.) *Reflexive Language: Reported Speech and Metapragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 33–58. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511621031.004

Silvia P. J., Nusbaum E. C., Berg C., Martin C., O'Connor A. (2009) Openness to Experience, Plasticity, and Creativity: Exploring Lower-Order, Higher Order, and Interactive Effects. *Journal of Research in Personality* 43: 1087–1090. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jrp.2009.04.015

Simpson P. (ed.) (2019) *Style, Rhetoric and Creativity in Language*. Amsterdam: John Benjamins. DOI: https://doi.org/10.1075/lal.34

Skovorodnikov A. P. (2010) Ob opredelenii ponyatiya «yazykovaya igra» [About the Definition of the Concept of Language Game]. In *Igra kak priem tekstoporozhdeniya: kollektivnaya monografiya* [A Game as a Technique of Text Generation: a Collective Monograph]. Krasnoyarsk: Sibirsk Federal Univ. Pp. 50–63. (In Russian)

Sligh A. C., Conners F. A., Roskos-Ewoldsen B. (2005) Relation of Creativity to Fluid and Crystallized Intelligence. *Journal of Creative Behavior* 39: 123–136. DOI: https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2005.tb01254.x

Spitzmüller J. (2015) Graphic Variation and Graphic Ideologies: A Metapragmatic Approach. *Social Semiotics* 25 (2): 126–141. DOI: https://doi.org/10.1080/10350330.2015.1010323

Stockwell P. (2012) *Texture: A Cognitive Aesthetics of Reading*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Suprun V. I. (2021) Evolyutsiya terminov russkoy zhurnalistiki: ot vedomostey do media [The Evolution of Terms in Russian Journalism: From the Gazette to Media]. *Medialingvistika* 8 (4): 391–405. DOI: 10.21638/spbu22.2021.406 (In Russian)

Torop P. (2008) Translation as Communication and Auto-Communication. *Sign Systems Studies* 36 (2): 375–397. DOI: https://doi.org/10.12697/SSS.2008.36.2.06

Tsvetova N. S. (2021) Kritika mediarechi: voprosy dlya diskussii [Criticism of Media Speech: Questions for Discussion]. *Medialingvistika* 8 (3): 299–314. DOI: 10.21638/spbu22.2021.308. (In Russian)

Tsoneva L. M. (2014) Yazykovaya igra i ee izuchenie [Language Game and the Study of It]. *Medialingvistika* 1 (4): 101–108. (In Russian)

Turunen N. (1999) Metatekst kak global'naya sistema i voprosy konstruirovaniya teksta v posobiyakh po razvitiyu rechi [Metatext as a Global System and the Issues of Text Construction in Speech Development Study Guides]. In *Stereotipnost' i tvorchestvo v tekste* [Stereotipicity and Creativity in a Text]. Perm'. Pp. 310–320. (In Russian)

Vasileva V., Ivanova L. (2021) Humour as a Strategy for News Delivery: the case of Meduza. *European Journal of Humour Research* 9 (1): 105–128. DOI: 10.7592/EJHR2021.9.1.Vasileva

Vepreva I. T. (2005) *Yazykovaya refleksiya v postsovetskuyu epokhu* [Language Reflection in the Post-Soviet Era]. Moscow: OLMA-PRESS Publ. (In Russian)

Verschueren J. (2000) Notes on the Role of Metapragmatic Awareness in Language Use. *Pragmatics* 10 (4): 439–456. DOI: https://doi.org/10.1075/prag.10.4.02ver

Vezhbitskaya A. (1978) Metatekst v tekste [Metatext in a Text]. In *Novoe v zarubezhnoy lingvistike. Vyp. 8* [Innovations in Foreign Linguistics. Issue 8]. Moscow. Pp. 402–421. (In Russian)

Vlasova E. G. (2022) Adaptivnaya rol' sovremennoy zhurnalistiki i priemy ee realizatsii (na materiale urbanisticheski orientirovannykh setevykh izdaniy) [The Adaptive Role of Contemporary Journalism and Techniques of Its Implementation (based on the material of urban-oriented online publications)]. *Medialingvistika* 9 (2): 113–125. DOI: 10.21638/spbu22.2022.203. (In Russian)

Zykova I. V. (2016) Lingvokreativnost' s pozicii lingvokul'turologii: teorija, metod, analiz [Linguocreativity from the Perspective of Linguoculturology: Theory, Method, Analysis]. In V. V. Krasnyh, A. I. Izotov (eds.) *Yazyk. Soznanie. Kommunikatsiya. Vyp. 53* [Language. Consciousness. Communication. Issue 53]. Moscow. Pp. 136–151. (In Russian)

Zykova I. V. (2017) *Metayazyk lingvokul'turologii: Konstanty i varianty* [The Metalanguage of Linguoculturology: Constants and Variants]. Moscow: Gnozis Publ. (In Russian)

Zykova I. V. (ed.) (2021) *Lingvokreativnost' v diskursah raznyh tipov: predely i vozmozhnosti. Kollektivnaja monografija* [Linguocreativity in Discourses of Different Types: Limits and Opportunities. A Collective Monograph]. Moscow: R. Valent Publ. (In Russian)

Zykova I. V., Kiose M. I. (2020) Parametrizatsiya lingvisticheskoy kreativnosti v mezhdiskursivnom aspekte: kinodiskurs vs. diskurs detskoy literatury [Parametrization of Linguistic Creativity in the Inter-Discourse Aspect: Film Discourse vs. Children's Literature Discourse]. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki* 2: 26–40. DOI: 10.20916/1812-3228-2020-2-26-40 (In Russian)

Поступила в редакцию
25.10.2022

Выровцева Екатерина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиалингвистики Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: e.vyrovtseva@spbu.ru

Симакова Светлана Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры медиапроизводства, Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия; e-mail: simakovi@mail.ru

Топчий Ирина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиапроизводства, Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия; e-mail: ivtopchiy@gmail.com

ЭСТЕТИЧЕСКИЙ КОНТРАСТ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ: СОЗДАНИЕ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА

В статье представлены результаты анализа новостного дискурса, основанного на комическом представлении событий современной действительности. Дискурсивный, медиаэстетический и медиалингвистический подходы, обращение к контекстному и сопоставительному методам исследования позволили рассмотреть особенности функционирования такого авторского приема, как эстетический контраст, на примере популярных YouTube-каналов: «Редакция» А. Пивоварова[1] и «Наповал» А. Невзорова[2] . Были выделены и проанализированы инструменты формирования эстетического контраста, участвующего в создании комического эффекта на разных уровнях авторского произведения. Выбор и специфика функционирования этих инструментов обусловлены интенциями и коммуникативными задачами публициста, иронически или сатирически интерпретирующего новостные события.

***Ключевые слова**: эстетический контраст, комическое, новостной дискурс, ирония, сатира.*

Ekaterina V. Vyrovtseva, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Linguistics, Institute “Higher School of Journalism and Mass Communications”, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; e-mail: e.vyrovtseva@spbu.ru

Svetlana I. Simakova, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Media Production, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia; e-mail: simakovi@mail.ru

Irina V. Topchii, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Production, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia; e-mail: ivtopchiy@gmail.com

AESTHETIC CONTRAST IN NEWS DISCOURSE: CREATING A COMIC EFFECT

News discourse has shifted into digital mass media. YouTube has provided both professionals and audiences with unique opportunities for “packaging” and information consumption. The purpose of studying the news media text on YouTube

actively addressing the aesthetics of the comic and participating in the creation of media aesthetics was to identify the role of aesthetic contrast in creating a comic effect. A combination of discursive, media aesthetic and media linguistic methods made it possible to select representative news programs, highlight tools for creating a comic effect (collision of different elements; creating contextual anti-synonymous constructs; metaphorization) and show how aesthetic contrast is involved in the creation of media. Stylistic contrast is most in demand and effective at the level of style design; the functional potential of contextual anti-synonymous constructs is realized at the lexical-connotative level; metaphorization is a universal way of expressing the conceptual and creative position of the author. Verbal and multimedia means are involved in creating aesthetic contrast; therefore, it seems promising to study the principles of creating aesthetic contrast and a comic effect in a polycode news text.

***Key words**: aesthetic contrast, the comic, news discourse, irony, satire.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.6686

Введение

Активно развивающийся современный медиадискурс, с одной стороны, отражает, фиксируя и критически оценивая, особенности развития самых разных сфер жизни общества, а с другой стороны, активно влияет на них, воздействуя на потребителя информации. Профессиональная деятельность журналиста оказывается в центре этого сложного процесса и стремительно осваивает новые цифровые каналы коммуникации, в первую очередь *YouTube*. Этот видеохостинг оказался универсальной платформой как для относительно больших форматов (документальные и публицистические фильмы, прямые эфиры на «Парфеноне» Леонида Парфенова; выпуски новостей, специальные репортажи, интервью, документальные фильмы «Редакции» Алексея Пивоварова; большие интервью и дискуссии в «ЕЩЕНЕПОЗНЕР» Николая Солодникова; интервью и фильмы на канале «Скажи Гордеевой» Екатерины Гордеевой[3] и др.), так и для новостного контента (СМИ имеют собственные каналы для трансляции новостей, выходят новостные выпуски на авторских каналах и др.). Создатели новостного контента на *YouTube* вынуждены конкурировать с социальными сетями и мессенджерами.

Известный как автор репортажей на НТВ Алексей Пивоваров уверен, что именно *YouTube* сегодня предлагает аудитории качественную журналистику: «Мы видим, как в России Ютуб окончательно превратился в Новый Телевизор – здесь уже полно качественных и профессионально сделанных ток-шоу, крутых интервью

и классных ведущих»[4]. Непрерывно возрастающая конкуренция за личное время и внимание адресата, поиск «релевантной» (А. Пивоваров) аудитории ставят перед трансляторами новостей актуальную задачу – поиск новых приемов для создания эффективно воздействующего медиатекста. Практика современных массмедиа показывает: одним из наиболее востребованных средств становится комическое (Дускаева, 2022).

Постановка проблемы

Одной из главных характеристик дискурсивной практики так называемых новых медиа следует признать взаимодействие традиционных способов создания публицистического высказывания, предполагающих ярко выраженную позицию автора на всех уровнях текста, особенно на уровне идиостиля, с одной стороны, и таких качеств цифровой коммуникации, как интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, – с другой. Именно это взаимодействие определяет выбор речевых стратегий (основанных на объединении элементов разных знаковых систем), которые в условиях жесткой конкуренции на медиарынке и перенасыщения/пресыщения информацией нацелены на привлечение внимания аудитории, на вовлечение ее в диалог. Кроме того, такое взаимодействие обеспечивает эффективность воздействующей функции медиатекста.

Таким образом, медиадискурс как информационно-воздействующий тип коммуникации требует от современных авторов различных ресурсов, среди наиболее интересных и востребованных можно назвать обращение к комическому.

Современные исследователи рассматривают обращение к комическому в разных типах дискурса. В профессиональном новостном дискурсе такое обращение объясняется запросом аудитории (Васильева, 2017) и стремлением публицистов вовлечь адресата в диалог. В массовой культуре обращение к смеховой культуре представляет собой коллективную реакцию на происходящее в современной действительности (Загидуллина, 2016). При этом феномен комического всегда связан с эстетическим освоением действительности создателем публичного высказывания и его адресатом – точнее, с медиаэстетическим, в понимании Льва Мановича (2018), основанным на взаимосвязи носителя (и распространителя) информации и собственно эстетики самого медиатекста.

В условиях бесконечной сегментации общества, разрушающей межпоколенческие и социальные связи, в том числе и систему ценностных эстетических представлений, особого внимания заслуживает намеренно созданное автором новостного текста столкновение эстетических компонентов, которое и создает комический эффект. Этот прием мы определяем как эстетический контраст по аналогии с хорошо известным эстетическим взрывом художников («Голоса андеграунда») в 1980–1990 гг. Термин используется и для определения художественного метода в жанре технофэнтези (Бескаравайный, 2021).

В статье представлен механизм формирования медиаобраза новостного события и его оценки, когда эстетический контраст принимает активное участие в создании комического эффекта.

Эстетика (философское учение и система взглядов на искусство) рассматривается учеными как необходимое условие познания, активизирующее его и служащее ориентации в окружающем мире. Предметом эстетики как научного знания является изучение эстетических отношений, форм и условий, к основным категориям эстетики исследователи относят трагическое и комическое.

Эстетика комического основательно изучена в трудах по философии (начиная с Аристотеля), исторической эстетике, психологии, литературоведению, когнитивистике, лингвистике. Обобщив все эти исследования, можно выделить разные концепции комического, среди которых в аспекте нашей проблемы особый интерес представляют следующие. *Отклонение от нормы* предполагает в речемыслительной деятельности автора создание подтекста, а в деятельности адресата – декодирование информации (Дземидок, 1974). *Противоречие* основано на столкновении противоположных сущностей, ценностей, представлений (Гегель, 1971). При выражении *превосходства* автор возвышается над объектом высмеивания, разоблачения (Аристотель, 2018). Специального внимания заслуживают теория *контраста*, согласно которой комическое работает с равноправными явлениями (Борев, 1974), и теория *отказа от смысла* (Derrida, 1972).

В. Раскин разработал семантическую теорию юмора (комического), охарактеризовав три основных типа комического – облегчение, превосходство, несоответствие (Raskin, 2017). Его теория развита в работах Сальваторе Аттардо, который описал систему параметров (язык, жанр, цель, ситуация, «противопоставление скриптов», логи-

ческая операция), важных для продуцирования и восприятия вербального юмора (Attardo (ed.), 2017), и других ученых.

Эстетика журналистики как феномен в исторической ретроспективе и с точки зрения функционирования современных массмедиа рассмотрена в исследованиях М. А. Бережной, И. В. Кирии, Б. Я. Мисонжникова, Н. С. Цветовой и др. (Бережная (ред.), 2018). Эстетика публицистического текста проявляется во взаимодействии таких его компонентов, как семиотическая и образная организация. Специфика их реализуется на уровне жанра и отражает предпочтения конкретного и/или коллективного автора (Казак, Крылова, 2015).

Медиаэстетика, которая формирует новые эстетические отношения в процессе коммуникации, рассматривается современными исследователями как «значимое условие коммуникации» (Загидуллина, Киклевич, 2020), особое внимание при этом уделяется поликодовости.

Актуальность обращения к данному феномену объясняется тем, что комическая интерпретация новостного события стала одним из самых популярных форматов в современных цифровых массмедиа. В исследовательской литературе до сих пор не рассматривался вопрос о том, как эстетический контраст участвует в создании комического эффекта в новостном медиатексте.

Методика

Для исследования роли эстетического контраста в создании комического эффекта в современном новостном дискурсе мы использовали комплексную методику на основе дискурсивного, медиаэстетического и медиалингвистического подходов.

На первом этапе анализа был проведен прецедентный отбор медиатекстов, в которых комический модус является типологической характеристикой новостной программы и особенностью авторского стиля. В результате были выбраны две новостные программы – еженедельные выпуски «Редакция. *News*» на *YouTube*-канале «Редакция» и еженедельная программа «Наповал» на персональном *YouTube*-канале Александра Невзорова, был сформирован корпус медиатекстов для анализа.

На втором этапе были выделены три основных инструмента создания комического эффекта с помощью эстетического контраста. При этом учитывались разные текстовые компоненты, участвую-

щие в конструировании публицистического образа. Первый инструмент – столкновение разностилевых элементов (стилистический контраст) – относится к стилевому оформлению авторского высказывания. Второй – создание контекстных антосинонимических конструкций – характеризует лексико-коннотативный уровень публицистического текста. Наконец, третий инструмент – метафоризация – связан с концептуально-творческой позицией автора, с выбором образно-выразительных средств.

На третьем этапе анализа определялись особенности создания комического эффекта при обращении известных публицистов к выделенным нами инструментам (к одному или одновременно к нескольким).

Мы опирались на уже разработанные методы исследования демотиватора – классического образца медиатекста, главной жанрово-типологической чертой которого является эстетический контраст.

Таким образом, контекстный и сопоставительный методы позволили рассмотреть особенности функционирования такого приема, как эстетический контраст, на разных уровнях авторского произведения, описать средства создания комического эффекта, выбор которых обусловлен интенциями и коммуникативными задачами публициста.

Изучение механизма создания медиаобраза на основе эстетического контраста с использованием различных инструментов проведено на материале новостных текстов, в которых комический модус определяет принципиальную позицию автора и является типологической характеристикой новостной программы. Были выбраны программы с разными концептуально-творческими задачами автора как с точки зрения формы (используемых цифровых и речевых технологий), так и с точки зрения содержания – коммуникативных стратегий и тактик.

Эмпирическими объектами стали 50 еженедельных новостных программ авторитетных публицистов, которые выходили на их *YouTube*-каналах с июня по ноябрь 2021 г. (расшифровка устных текстов видеоматериала сделана авторами статьи): программы «Наповал»[5] Александра Невзорова и «Редакция. *News*»[6] Алексея Пивоварова. Заметим сразу, что в программе «Наповал» мультимедийные инструменты сведены к минимуму и сосредоточены в паратексте (название, заставка, фон), в программе «Редакция. *News*», напротив, используется сложный мультимедийный формат, в котором

публицистический образ новостного события основан на поликодовости. Тип программы «Наповал» определен ее автором как «аналитически-саркастическая», то есть резкая памфлетная сатира становится магистральной формой комического. В программе «Редакция. *News*» доминирует ироническая, фельетонная оценка фактов реальной действительности.

Анализ материала

Интернет-коммуникация, объединившая, по мнению Л. Мановича, достоинства и недостатки всех традиционных средств массовой коммуникации, характеризуется транскодингом – возможностью влияния культурного и компьютерного слоев друг на друга (2018). Любая коммуникативная стратегия в поликодовом мультимедийном тексте основана на взаимодействии вербальной и невербальной знаковых систем, которые участвуют в создании публицистического образа.

Эстетическая характеристика в процессе создания медиаобраза, публицистической интерпретации события предполагает устойчивую систему оценок и ценностей. При создании эстетического контраста – как способа решения профессиональной задачи – автор стремится показать нарушение сложившихся системных представлений или несоответствие им, для чего и создается комический эффект, основанный на намеренно гиперболизированном или даже гротескном акцентировании внимания адресата на противоречии, на отклонении от нормы, на отказе от смысла (см. концепции комического).

Комплексный медиаэстетический и медиалингвистичекий анализ позволил выделить три основных инструмента создания комического эффекта с помощью эстетического контраста. Первый представляет собой столкновение разностилевых элементов при оценке объектов и субъектов реальной действительности. Второй инструмент – создание контекстных антосинонимических конструкций. Метафоризация, в частности развернутая метафора (третий из выделенных нами инструментов), используется публицистами для трансформации или разрушения фрейма: рефреймирование (Вахштайн, 2011) изменяет представление адресата, его точку зрения, его отношение к актуальным фактам действительности.

Принципиальное различие в использовании того или иного инструмента в исследуемых программах заключается в том, что в авторской программе А. Невзорова «Наповал» эстетический контраст создается исключительно вербальными средствами, а в новостных выпусках А. Пивоварова «Редакция. *News*» в создании эстетического контраста участвуют разные знаковые системы – вербальные, аудиовизуальные и мультимедийные.

Покажем на конкретных примерах, как создается комический эффект, как конструируется комический образ при обращении авторов к различным инструментам.

Столкновение разностилевых элементов

Востребованным приемом в текстах Невзорова оказывается столкновение лексем разной стилистической принадлежности. Например, в подводке к новости о депутате Рашкине, «убившем» лося, публицист намеренно объединяет высокую лексику, связанную с библейским сюжетом, и элементы официально-делового и разговорного стилей[7]: «Если бы распятие производилось бы сегодня и стримилось бы при этом в *YouTube*, то процентов 50 зрителей в комментариях непременно бы возмущались, а чё так криво висит. А у подножия креста тут же бы нарисовался красавец Онищенко и поучительным тоном сообщил бы, что если бы товарищ вовремя привился, то перенес бы все значительно легче».

Полистилизм за счет контрастного объединения эстетически несовместимых компонентов участвует в формировании сатирического образа, разоблачающего современные ценностные представления. Этот комический эффект усиливается в репрезентации субъекта события: «Рашкин был не только вожаком стаи (прецедентность) красных старушек на митингах (авторская экспрессивная номинация), но и лютым борцом (авторский эпитет) со всяким браконьерничаем (окказионализм). Никаким оппозиционером и противником режима (политическая лексика) он, разумеется, никогда не был. Это дешевый театр (экспрессивная оценка). Депутатский мандат (юридический термин), сам факт прохождения в Думу – это абсолютное свидетельство того, что власть была абсолютно (усилительный повтор) уверена в нем как в преданном слуге (разоблачающий контекстный синоним). Никто, в ком власть не уверена на миллион процентов (гиперболизация), никогда бы не просочился (разговорная лексика)

сегодня в Думу... Не покупайтесь (разговорная лексика), пожалуйста, на его безвредные для режима забавы со старушками (диминутив, ироническая издевка)».

На таком принципе контрастного полистилизма строится в текстах Невзорова и сатирически-саркастический образ Русской православной церкви и религии в целом: «РПЦ, вероятно, от лица своего человеколюбивого бога выразила глубокое удовлетворение приговором; помимо этого Спаса грамоты с крестами и медалями щедро раздавались всем замам главного тюремщика, тем самым, кто вдохновлял и заказывал пытки в тюрьмах. Разумеется, митрополит отлично знал, чем занимаются его чада духовные: у них же у всех надиктованная Кремлем мода быть православными, соответственно, иметь духовника и в обязательном порядке исповедаться... А любой духовник, получив на исповеди пикантную информацию, сразу бежит докладывать не только ФСБ, но и к своему начальству».

Недопустимые в одном эстетическом поле категории (духовник докладывает, православие надиктовано, чада духовные пытают и т. п.) усиливают и контраст, и противоречие, с помощью которых создается комический эффект.

В новостных текстах Пивоварова созданный вербальными средствами контраст поддерживается и усиливается визуальными элементами. Так, передача, вышедшая в первое воскресенье июня, целиком построена на ассоциативных связях: публицист ищет и находит «нужные» для выражения иронической оценки цитаты из произведений Александра Сергеевича Пушкина[8]. Высокий литературный стиль противопоставлен на стилистическом уровне современным реалиям: «Можно сосредоточиться на неполиткорректной объективизации, сетуя вслед за поэтом: как не найти “в России целой три пары стройных женских ног” <...> С учетом недавних криминальных событий в Питере (на экран выведено изображение доцента Соколова в костюме Наполеона) слова поэта приобретают пугающий смысл»; «“За решеткой в темнице сырой” (эстетический образ дополняется мультимедийными эффектами: изображение рукописей Пушкина и «написание» гусиным пером цитируемых строк почерком поэта) на двое суток оказался Дмитрий Гудков, а заодно и его тетя»; «Незарастающая народная тропа (цитата из стихотворения Пушкина – на экране опять изображение рукописей и перо выводит строки поэта) – это не про орган российской власти (на экране тропинка к зданию Государственной думы быстро зарастает травой и появляется шлагбаум

с охранниками): туда тропинки очень извилисты, и идти по ним можно только с уполномоченным проводником, либо жди оперуполномоченного (каламбур). Все, кто пытается оспорить это правило, окажутся "во глубине сибирских руд" (вновь изображение рукописи и пера), может, и не в прямом смысле, но, как вы понимаете, совсем не факт, что в конце этого пути (=народной тропы) ждет Макдональдс (напоминание о том, что Д. Гудкова после освобождения высадили у Макдональдса)».

Таким образом, оценка строится на разрушении эстетической нормы: высокое творчество великого поэта противопоставляется низкому – событиям современной действительности, поведению и убеждениям их участников.

В программах Пивоварова и Невзорова довольно часто столкновение разностилевых элементов встречается в рамках одного предложения.

«Редакция. *News*»: «помимо Петербургского форума, где хайпанул Даня Милохин»; «Россия – это страна не столько космодромов и программистов, сколько недорогих шмоток и неброских магазинчиков»; «Ватикан – тоже в некотором смысле преддверие царствия небесного, для въезда в которое нужны немного другие хлопоты, по имеющейся неподтвержденной информации, Апостол Петр в своей работе стражника рая ограничивается фэйс-контролем и устным вопросом».

«Наповал»: «Съезд долго трещал о безупречной честности будущих выборов»; «Памятник очень смело решен в форме огромной бесформенной кучи дерьма, в которой сидит и мрачно тужится какой-то пучеглазый орденоносец»; «Прозвучали речи феноменальной пустоты, но определился составчик»; «На этой неделе в Петербурге Невский проспект немножко провонял нафталином, несло нафталином из раскрытых врат Исаакиевского собора».

Интересно, что в создании публицистического образа в программе «Редакция. *News*» участвует буквально все, что видит пользователь на экране, например мерч ведущего: изображение на нем периодически «оживает». Например, в новости о статье В. В. Путина «Об историческом единстве русских и украинцев»[9] глаза совы в монаршем головном уборе на майке ведущего начинают ярко светиться во время слов ведущего: «Это самая яркая декларация имперского взгляда, когда-либо артикулированная с вершин власти. Сам взгляд при этом не нов, он всегда был, у него было достаточно последователей...». В новости о передаче энергии через руко-

пожатие во время военного смотра на нарисованной батарее увеличивается заряд, в то же время ведущий комментирует происходящее: «Что нам остается? Только общение путем передачи энергии. Я от новостей недели зарядился, теперь передаю заряд вам – держите! Если вы не в курсе – это челлендж полковника Кривоносова <...> В этом году Кривоносов овладел верховной энергией через прикосновение к деснице Александра Лукашенко»[10].

Конкретизация медиаобраза за счет визуализации созданного автором стилистического контраста усиливает комический эффект, в основе которого эстетическая оценка.

Создание контекстных антосинонимических конструкций

Невзоров и Пивоваров, представляя то или иное произошедшее на неделе новостное событие, демонстрируют его противоречивость или бессмысленность, намеренно создавая такой контекст, который позволяет увидеть факты с неожиданной точки зрения. Комикование публицистов как типологическая особенность их новостных программ обеспечивает практически неограниченные возможности для построения антосинонимических конструкций, цель которых – высмеять, то есть показать, что за негативным скрывается смешное (у Пивоварова), или разоблачить, развенчать, уничтожить позицию оппонента, мировоззрение которого не соответствует ценностным, в том числе эстетическим, представлениям автора (у Невзорова).

В зависимости от интенций автора-публициста, от его коммуникативных задач выбираются критерии антосинонимического сопоставления или противопоставления. Для Пивоварова важен культурно-исторический контекст, поэтому в создании комического эффекта активно участвуют прецедентные феномены, что свидетельствует о релевантности аудитории, способной декодировать информацию и выстроить вслед за автором ассоциативные связи, иногда довольно сложные. Для Невзорова более значимым оказывается концептуально-мировоззренческий подход, что выражается в радикальности и категоричности оценочных высказываний. Подготовленная аудитория соглашается с такой эстетикой, с таким способом предъявления субъективной точки зрения публициста.

Общими принципами диалога с аудиторией в программах «Редакция. *News*» и «Наповал» становятся вовлечение в своеобразный

игровой формат (главный способ интерпретации новости – языковая игра) и сопоставление актуальных фактов с этико-эстетической установкой автора (а вслед за ним и адресата).

Покажем принцип создания антосинонимических конструкций на конкретных примерах. В новости о высказывании председателя Совета Федерации В. Матвиенко о песне, представленной Манижей на Евровидении, Пивоваров противопоставляет законы песням: «Песни для Евровидения – это ведь не законы, и обязательно нужно, чтобы было понятно»[11]. Иронически оцениваются именно законы, которые, как «утверждает» автор, и не бывают и не должны быть понятными.

В новости Пивоварова о петербургском кикшеринге антосинонимия основана на языковой игре: «В любом случае самокат (средство передвижения) – мелочь в сравнении с главным российским риском (ироническая гиперболизация): несанкционированным подкатом (жаргонизм) к Госдуме, в смысле – попыткой участвовать в выборах (конституционное право) без согласования (нарушение этого права)»[12]. Ироническое сравнение-противопоставление превращает участие в выборах в несанкционированный «подкат», таким образом публицист с помощью ассоциаций высмеивает действия тех, кто согласовывает списки кандидатов в депутаты. В основе фельетонного образа – эстетическое снижение: выборы в Госдуму приравниваются к поездке на самокате и «подкату».

Радикализм саркастических высказываний Невзорова очень часто основан на исторических или иных, но всегда неожиданных параллелях. Этот прием можно определить как управляемые ассоциации, когда противопоставление-уравнивание концептуально значимых явлений подсказывает адресату, как нужно относиться к событиям современной действительности[13]: «Испанская XVI века и российская инквизиция XXI века работают в полном соответствии с народными пожеланиями и так называемым законом»; «Духовность, скрепы и православие – это прежде всего следствие, суд и реальный срок за мифические оскорбления мифических чувств мифических верующих. Вера – это прежде всего право безграмотного бородатого волосатого дурака в хламиде и с цацками на грудях определять, какие фильмы вам смотреть можно, а какие нельзя, какие мысли, позы, фразы, фотки допустимы, а какие – ни в коем случае».

Циничность аналогичных высказываний Невзорова не исключает эстетических критериев оценки, а как раз подчеркивает несо-

стоятельность, с точки зрения автора, ценностных установок современных представителей власти и церкви.

Разоблачение в новости о свадьбе в Исаакиевском соборе основано на резком контрасте внешней формы, которую публицист называет бутафорской, с сущностным содержанием события: «Пышно сочетался свадебкой глава Русского императорского дома, то есть и.о. царя. На свадебку из-под своих коряг повыползало местное дворянство и казачество, оказывается, в Питере гигантские залежи этих фриков, и они неисчерпаемы... Все они подтянулись, как и полагается, в бутафорских эполетах, в липовых орденах, с лорнетками, спертыми из реквизита Ленфильма, где дворянство долго торговало профилями в массовках».

Эстетический контраст доведен до гротесковых масштабов: в создании образа дворян-фриков участвуют и разностилевые элементы, и антосинонимичные конструкции.

Метафоризация действительности

Метафоризация в современных СМИ оказывается востребованным и эффективным средством создания медиаобраза. Метафорическое освоение современной действительности позволяет точно и ярко представить позицию автора и зафиксировать в сознании адресата запоминающийся образ. Развернутая метафора – это объединение различных по сходству объектов действительности, причем принципы сопоставления и сравнения могут быть самыми разными, в том числе и неожиданными, оригинальными, исключительными (сенсационными). Данный вид тропа обеспечивает современных публицистов практически неограниченными возможностями как для разворачивания в новостном дискурсе образа события, так и для его эстетической оценки. Подтверждение находим в авторских программах «Наповал» и «Редакция. *News*».

Новость об аварии с участием Ксении Собчак Пивоваров сопровождает итоговым комментарием, представляющим собой метафору, в основе которой схожесть хейта, моментально распространяющегося в цифровых медиа, и баллончика, мгновенно распыляющего миллионы капель опасного вещества: «Мне кажется, и безо всякой администрации уровень недоверия, хейта и агрессии кругом очень высокий: они буквально висят в воздухе такой аэрозольной взвесью, любая искра вызывает взрыв»[14]. Развернутая аргументация собственной точки зрения заменяется

в авторском тексте метафорическим сравнением, которое содержит ироническую оценку и выражает критическое отношение к агрессивному комментированию.

Аналогичный принцип в основе представления новости о признании очередного медиа иностранным агентом: «Агентству Росбалт уже 20 лет... *Twitter* помечает Росбалт государственным изданием, теперь ниже следует плашка об иноагенте. Гендиректор Росбалта называет эту ситуацию шизофренией и добавляет, что они теперь единственная в мире СМИ – двойной агент. Как пелось в советской песне: "Мы должны всем рекордам наши звонкие дать имена"»[15].

Метафорически-ассоциативная связь: СМИ – иноагент, оно же – двойной агент, оно же – рекордсмен со звонким именем – позволяет автору создать комический эффект, подчеркнуть нелепость ситуации. Намеренное столкновение современных реалий с советской эстетикой поддерживается аудиовизуальными элементами: звучит узнаваемая мелодия цитируемой песни и на экране появляется изображение ее исполнителя Муслима Магомаева.

Многие негативные явления в программе Пивоварова представлены в виде иронической развернутой метафоры: «Обычно энергия успеха течет в России сверху вниз – от власти в подлинном смысле к избирателю <...> Снизу в качестве сырья для успеха текут, как известно, деньги в виде наших с вами налогов. И есть в России ведомство, которое знает, где у этого потока краны и как можно их еще открутить; Российская демократия во многом напоминает Чебурашку – загадочное, непонятное, но трогательное существо, у которого точно есть гены, по крайней мере один, который играет на гармошке»[16]. Сравнение успеха государственного устройства с водопроводом, российской демократии – с Чебурашкой трансформирует привычные представления, рефреймирование в данном случае основано на переключении эстетических оценок адресата.

Метафоризация в программе «Наповал» отличается более ярко выраженным негативным модусом и категоричностью коннотативных значений: «Духовник чекиста – это как визажист акулы»; «Сейчас на тех, кто делает вакцину для России и африканских племен, льется бриллиантовый дождь, и пока из туч народных не выжмут последние капельки, в Россию не пустят конкурентов запада»[17]. Эстетический контраст в таких метафорах основан уже не на трансформации, а на разрушении фрейма: саркастически оценивающий факты публицист демонстрирует их несоответствие

своим ценностным представлениям, а адресат видит новостное событие с необычного, непривычного, неожиданного ракурса.

Яркий пример гротескового разрушения фрейма о выборах – развернутая, многокомпонентная метафора Невзорова. Приведем цитату полностью: «Мы могли наблюдать очередной парад романтического слабоумия (стилистический контраст). Короче, все состоялось: в крышку гроба России забит ещё один гвоздь (метафорическое сравнение). Он, конечно, не последний, места в крышке, в которые вполне можно вколотить еще парочку гвоздиков (диминутив), пока остались. Но заколачивание бедняжки (издевка, диминутив) России идет так азартно, так успешно (сарказм), что, несомненно, скоро можно будет ожидать и гвоздя последнего. Самое приятное (ироническая оценка) в этой истории, что, когда режим старался снаружи, заколачивая гроб, изнутри тоже радостно колотили (издевка). Это были офигительные (экспрессивная просторечная лексика) выборы, настолько анекдотичные, что вбросы, подтасовки, принуждения к голосованию, карусели, сейфы без дна их даже украсили (саркастический парадокс). В общем, вбросы – это лучшее, что на них было, сравнительно со всем остальным, вбросы – это еще очень светлые моменты (усиление и развитие парадоксального утверждения)»[18].

Заметим, что, конструируя сложный метафорический образ, публицист обращается сразу ко всем выделенным нами инструментам создания эстетического контраста.

Выводы

Практика современных массмедиа, прежде всего освоение публицистами цифровых каналов коммуникации, показывает, что востребованным и эффективным ресурсом представления новости и реализации воздействующей функции оказывается комическое. Для создания комического дискурса публицисты используют самые разные инструменты, например эстетический контраст – намеренное столкновение эстетически неоднородных элементов.

Анализ функционирования в новостных выпусках «Наповал» и «Редакция. *News*» трех выделенных нами инструментов для создания комического эффекта на основе эстетического контраста позволили охарактеризовать их особенности. Столкновение разностилевых элементов (стилистический контраст) реализуется на уровне стилевого оформления авторского высказывания; контекстные

антосинонимические конструкции создаются автором на лексико-коннотативном уровне произведения; метафоризация как универсальное образно-выразительное средство представляет концептуально-творческую позицию автора.

Исследование разных типов новостных программ, объединяющей чертой которых является обращение к комическому, дало возможность сравнить особенности создания эстетического контраста исключительно вербальными средствами и средствами разных знаковых систем (аудиовизуальных, мультимедийных). Общим принципом оказывается подход к публицистической интерпретации новостного события – проверка его соответствия системе эстетических ценностей. Несоответствие высмеивается и/или разоблачается с помощью комического эффекта. Гиперболизация, ирония, сарказм, гротеск акцентируют внимание адресата на противоречии, на отклонении от нормы, на отказе от смысла.

В формировании сатирического образа, разоблачающего современные ценностные представления, участвует намеренно созданный полистилизм – контрастное объединение эстетически несовместимых компонентов. Традиционно не допустимые в одном эстетическом поле категории указывают на противоречие, авторская оценка строится на разрушении эстетической нормы: например, высокое противопоставляется низкому (негативным явлениям современной действительности, поведению и мировоззрению публичных персон). Для текстов Пивоварова и Невзорова характерно столкновение разностилевых элементов в рамках одного предложения, одного высказывания. В программе Пивоварова созданный вербальными средствами стилевой контраст поддерживается и усиливается аудиовизуальными элементами: в организации публицистического образа участвует буквально все, что видит и слышит адресат, включая мерч ведущего. В результате конкретизация и развитие образа усиливает комический эффект.

Создавая медиаобраз реального события на основе антосинонимических конструкций, Невзоров и Пивоваров демонстрируют его противоречивость, бессмысленность, а авторская ироническая или сатирическая интерпретация позволяет увидеть факты с неожиданной точки зрения. Эстетический контраст как способ обращения к конкретным фактам и к мировоззренческим установкам (системе убеждений) может выполнять разные функции: Пивоваров показывает, что за негативным фактом скрывается смешное (фельетонный формат), а Невзоров разоблачает, развенчивает, уничтожает пози-

цию оппонента (памфлетный принцип). Таким образом, критерии антосинонимического сопоставления или противопоставления обусловлены интенциями автора, его коммуникативными задачами, а также его эстетическими представлениями. В основе фельетонного образа – эстетическое снижение (концепции противоречия норме и отклонения от нее), в основе памфлетного – эстетическое разрушение (концепция – отказ от смысла).

Метафоризация позволяет точно и ярко представить позицию автора и зафиксировать в сознании адресата запоминающийся образ, что обеспечивает современных публицистов практически неограниченными возможностями для разворачивания в новостном дискурсе образа события и для его эстетической оценки. Метафорические сравнения становятся содержательно (за счет ассоциаций) и эмоционально насыщенным средством аргументации.

Негативные явления в программе Пивоварова зачастую представлены в виде иронической развернутой метафоры, цель которой – трансформировать привычные представления, изменить фрейм, причем рефреймирование основано на переключении эстетических оценок адресата. Более резкий негативный модус и крайняя категоричность коннотативных значений характерны для авторских метафор Невзорова. Эстетический контраст создается публицистом уже не с целью трансформировать фрейм, а с целью разрушить его. При конструировании сложного метафорического образа Невзоров нередко совмещает выделенные нами инструменты создания эстетического контраста.

Моделирование эстетического контраста в публицистике Пивоварова основано на культурно-историческом контексте: в создании комического эффекта активно участвуют прецедентные феномены, ассоциативные связи. В публицистике Невзорова основным оказывается концептуально-мировоззренческий подход: эстетическая оценка неразрывно связана в его текстах с идеологической, чем объясняются радикальность и категоричность оценочных суждений. Радикализм саркастических высказываний публициста очень часто основан на неожиданных исторических параллелях, при этом циничность таких высказываний не исключает эстетических критериев оценки, а, напротив, подчеркивает несостоятельность ценностных установок его оппонентов.

Оба автора организуют диалог с аудиторией на основе вовлечения в своеобразный игровой формат, а одним из важнейших условий игры оказывается понимание (в идеале – признание и приня-

тие) эстетических установок автора. В связи с этим весьма перспективным представляется изучение реакции аудитории на высказывания публицистов, в основе которых – эстетический контраст.

Примечания

[1] Признан иноагентом.

[2] Признан иноагентом.

[3] Признана иноагентом.

[4] *Петровская И.* Ютуб vs старый «ящик». Конец тотальной гегемонии ТВ // Новая газета. 2019. № 78. Режим доступа: https://novayagazeta.ru/articles/2019/07/18/81288-yutub-vs-staryy-yaschik (дата обращения: 02.08.2022).

[5] *Невзоров А.* Наповал // Канал Nevzorov.tv. Режим доступа: https://www.youtube.com/channel/UC8kI2B-UUv7A5u3AOUnHNMQ (дата обращения: 10.08.2022).

[6] *Пивоваров А.* Редакция. News // Канал Редакция. Режим доступа: https://youtube.com/playlist?list=PLguYHBi01DWqa6FBVcb652DfnPdwQPIPj (дата обращения: 10.08.2022).

[7] *Невзоров А.* Что такое настоящая духовность, Рашкин, браконьерство, расстрел, оскорбление чувств и призыв // Канал Nevzorov.tv. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (дата обращения: 10.08.2022).

[8] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: день рождения Пушкина, дело Гудкова, Моргенштерн на Муз-ТВ // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/xv5PDIarSAI (дата обращения: 10.08.2022).

[9] *Пивоваров А.* Редакция. News: статья Путина, пожары в Якутии, наши в Каннах // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/erACI5-cqSY (дата обращения: 10.08.2022).

[10] *Пивоваров А.* Редакция. News: братство полковника, война за ветеранов, Феликса отменили // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/e32Rt53STCo (дата обращения: 10.08.2022).

[11] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: Эдвард Бил доигрался, голодовка Навального, перестрелка в Мытищах // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/R85B4bmsslc (дата обращения: 10.08.2022).

[12] *Невзоров А.* Что такое настоящая духовность, Рашкин, браконьерство, расстрел, оскорбление чувств и призыв // Канал Nevzorov.tv. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (дата обращения: 10.08.2022).

[13] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: слежка и контроль, ДТП с Собчак, хейт за осетинский пирог // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/fR5S6mRo1eA (дата обращения: 10.08.2022).

[14] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: очереди автозаков, суды Навального, митинги переносятся // Канал Редакция. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/6ob298fgdy8 (дата обращения: 10.08.2022).

[15] *Пивоваров А.* Редакция. *News*: день рождения Пушкина, дело Гудкова, Моргенштерн на Муз-ТВ // Канал Редакция. 2021 Режим доступа: https://youtu.be/xv5PDIarSAI (дата обращения: 10.08.2022).

[16] *Пивоваров А.* Редакция. News: слежка и контроль, ДТП с Собчак, хейт за осетинский пирог. 2021. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=fR5S6mRo1eA (дата обращения: 10.08.2022).

[17] *Невзоров А.* Что такое настоящая духовность, Рашкин, браконьерство, расстрел, оскорбление чувств и призыв // Канал Nevzorov.tv. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (дата обращения: 10.08.2022).

[18] *Невзоров А.* Что такое настоящая духовность, Рашкин, браконьерство, расстрел, оскорбление чувств и призыв // Канал Nevzorov.tv. 2021. Режим доступа: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (дата обращения: 10.08.2022).

Библиография

Аристотель. Риторика. Поэтика. М.: АСТ, 2018.

Бескаравайный С. С. Эстетический контраст как основа технофэнтези // Самиздат. 2021. Режим доступа: http://samlib.ru/editors/b/beskarawajnyj_stanislaw_sergeewich/38.shtml (дата обращения: 02.08.2022).

Борев Ю. Б. Комическое. М.: Прогресс, 1974.

Васильева В. В. «Обещание смешного» как стратегия привлечения массовой аудитории // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике : тезисы междунар. науч. конф. 22–23 ноября 2017 г. Режим доступа: https://jf.spbu.ru/conf-pr/7558/7562-gr2.html (дата обращения: 02.07.2022).

Вахштайн В. С. Социология повседневности и теория фреймов. СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011.

Гегель Ф. Эстетика. Собрание сочинений: в 4 т. Т. 3. М.: Искусство, 1971.

Дземидок Б. О комическом. М.: Прогресс, 1974.

Дускаева Л. Р. Комическое как коммуникативный ресурс в виртуальном пространстве. М.: ФЛИНТА, 2022.

Загидуллина М. В. «Ньюслор» и «медиалор»: новостной ландшафт смеховой культуры // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. № 1 (18). С. 54–59.

Загидуллина М. В., Киклевич А. К. Медиаэстетический компонент современной коммуникации. Челябинск: Челябинский филиал РАНХиГС, 2020.

Казак М. Ю., Крылова А. А. Об эстетике журналистского текста // Научные ведомости БелГУ. Сер.: Гуманитарные науки. 2015. № 18 (215). Вып. 27. С. 134–139.

Манович Л. Язык новых медиа. М.: Ад Маргинем, 2018.

Эстетика журналистики / *А. И. Беленький, М. А. Бережная, Е. А. Каверина* и др. / под ред. *М. А. Бережной*. СПб.: Алетейя, 2018.

Attardo S. (ed.) (2017) *The Routledge Handbook of Language and Humor*. New York: Routledge.

Derrida J. (1972) Structure, sign, and play in the discourse of human sciences. In *The structuralist controversy*. Pp. 256–271.

Raskin V. (2017) Script-Based Semantic and Ontological Semantic Theories of Humor. In *The Routledge Handbook of Language and Humor*. Pp. 109–125.

Notes

Nevzorov A. “Napoval” [“On the spot”]. *Nevzorov.tv*. Available at: https://www.youtube.com/channel/UC8kI2B-UUv7A5u3AOUnHNMQ (accessed: 10.08.2022).

Nevzorov A. (2021) Chto takoe nastoyashchaya dukhovnost’, Rashkin, brakon’erstvo, rasstrel, oskorblenie chuvstv i prizyv [What is real spirituality,

Rashkin, poaching, shooting, insulting feelings and conscription]. *Nevzorov.tv.* Available at: https://youtu.be/vMncJmJqQm4 (accessed: 10.08.2022).

Petrovskaya I. (2019) Yutub vs staryy «yashchik». Konets total'noy gegemonii TV [YouTube vs the old "box". The end of TV's total hegemony]. *Novaya Gazeta* 78. Available at: https://novayagazeta.ru/articles/2019/07/18/81288-yutub-vs-staryy-yaschik (accessed: 02.08.2022).

Pivovarov A. Redaktsiya. News [Redaktsiya. News]. *Redaktsiya channel.* Available at: https://youtube.com/playlist?list=PLguYHBi01DWqa6FBVcb652DfnPdwQPIPj (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: den' rozhdeniya Pushkina, delo Gudkova, Morgenshtern na Muz-TV [Redaktsiya. News: Pushkin's birthday, Gudkov's case, Morgenstern on Muz-TV]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/xv5PDIarSAI (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: stat'ya Putina, pozhary v Yakutii, nashi v Kannakh [Redaktsiya. News: Putin's article, fires in Yakutia, our people in Cannes]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/erACI5-cqSY (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: bratstvo polkovnika, voyna za veteranov, Feliksa otmenili [Redaktsiya. News: brotherhood of the colonel, war for veterans, Felix canceled]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/e32Rt53STCo (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: Edvard Bil doigralsya, golodovka Naval'nogo, perestrelka v Mytishchakh [Redaktsiya. News: Edward Beal finished the game, Navalny's hunger strike, shooting in Mytishchi]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/R85B4bmsslc (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: «zachistka» v razgare, sanktsii «navsegda», futbol «bez lozungov» [Redaktsiya. News: "cleansing" in full swing, sanctions "forever", football "without slogans"]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/HMHjIDAcE7M (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: slezhka i kontrol', DTP s Sobchak, kheyt za osetinskiy pirog [Redaktsiya. News: surveillance and control, car accident with Sobchak, hatred for the Ossetian pie]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/fR5S6mRo1eA (accessed: 10.08.2022).

Pivovarov A. (2021) Redaktsiya. News: ocheredi avtozakov, sudy Naval'nogo, mitingi perenosyatsya [Redaktsiya. News: lines of paddy wagons, Navalny's trials, rallies are postponed]. *Redaktsiya channel*. Available at: https://youtu.be/6ob298fgdy8 (accessed: 10.08.2022).

References

Aristotle (2018) *Ritorika. Poetika* [Rhetoric. Poetics]. Moscow: AST Publ. (In Russian)

Attardo S. (ed.) (2017) *The Routledge Handbook of Language and Humor*. New York: Routledge.

Berezhnaya M. A. (ed.) (2018) *Estetika zhurnalistiki* [Aesthetics of Journalism]. St. Petersburg: Aletheia Publ. (In Russian)

Beskaravayny S. S. (2021) Esteticheskiy kontrast kak osnova tekhnofentezi [Aesthetic Contrast as the Basis of Techno-Fantasy]. *Samizdat*. Available at: http://samlib.ru/editors/b/beskarawajnyj_stanislaw_sergeewich/38.shtml (accessed: 10.08.2022). (In Russian)

Borev Yu. B. (1974) *Komicheskoe* [The Comic]. Moscow: Progress Publ. (In Russian)

Derrida J. (1972) Structure, Sign, and Play in the Discourse of Human Sciences. In *The Structuralist Controversy*. Pp. 256–271.

Duskaeva L. R. (2022) *Komicheskoe kak kommunikativnyy resurs v virtual'nom prostranstve* [The Comic as a Communicative Resource in the Virtual Space]. Moscow: FLINTA Publ. (In Russian).

Dzemidok B. (1974) *O komicheskom* [About the Comic]. Moscow: Progress Publ. (In Russian).

Hegel F. (1971) *Estetika. Sobranie sochineniy v 4 t. T. 3* [Aesthetics. Collected works in 4 vol. Vol. 3]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Kazak M. Yu., Krylova A. A. (2015) Ob estetike zhurnalistskogo teksta [On the Aesthetics of a Journalistic Text]. *Nauchnye vedomosti BelGU. Ser.: Gumanitarnye nauki* 18 ((215) 27): 134–139. (In Russian)

Manovich L. (2018) *Yazyk novykh media* [The Language of New Media]. Moscow: Ad Marginem Publ. (In Russian)

Raskin V. (2017) Script-Based Semantic and Ontological Semantic Theories of Humor. In *The Routledge Handbook of Language and Humor*. Pp. 109–125.

Vakhshtein V. S. (2011) *Sotsiologiya povsednevnosti i teoriya freymov* [Sociology of Everyday Life and the Theory of Frames]. St. Petersburg: Publishing House of the European University in St. Petersburg. (In Russian)

Vasilyeva V. V. (2017) «Obeshchanie smeshnogo» kak strategiya privlecheniya massovoy auditorii ["The Promise of the Funny" as a Strategy for Attracting a Mass Audience]. In *Strategicheskie kommunikatsii v biznese i politike: tezisy mezhdunar. nauch. konf. 22–23 noyabrya 2017 g.* [Strategic Communications in Businesses and Politics: Abstracts of the International Scientific Conference on November 22–23, 2017]. Available at: https://jf.spbu.ru/conf-pr/7558/7562-gr2.html (accessed: 02.07.2022). (In Russian)

Zagidullina M. V. (2016) «N'yuslor» i «medialor»: novostnoy landshaft smekhovoy kul'tury ["Newslor" and "Medialor": the News Landscape of Laughter Culture]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija* 1 (18): 54–59. (In Russian).

Zagidullina M. V., Kiklevich A. K. (2020) *Mediaesteticheskiy komponent sovremennoy kommunikatsii* [Media Aesthetic Component of Modern Communication] Chelyabinsk: Chelyabinsk branch of the RANEPA. (In Russian)

Поступила в редакцию
02.09.2022

НОВЫЕ МЕДИА

Бодрунова Светлана Сергеевна, доктор политических наук, профессор кафедры менеджмента массовых коммуникаций Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: s.bodrunova@spbu.ru

КУМУЛЯТИВНАЯ ДЕЛИБЕРАЦИЯ: НОВАЯ НОРМАТИВНОСТЬ В ИЗУЧЕНИИ ПУБЛИЧНЫХ СФЕР ОНЛАЙН[1]

Нарастание комплексности и сложности публичных сфер, особенно из-за их гибридизации (Chadwick, 2013) и роста пользовательского контента, привело к переоценке качества публичных дискуссий, в более широком масштабе – качества публичной сферы в разных странах. Важным аспектом этой переоценки становится переоценка нормативности обсуждений, поскольку рост сложности превращается в направленность публичной сферы не на консенсус, как в классической теории делиберации (Habermas, 2006), а на диссонанс (Pfetsch, 2018). Теория публичной делиберации предъявляет высокие нормативные требования к участникам политических дискуссий, в то время как общение пользователей не соответствует таким ожиданиям, поскольку их речь может быть бессодержательной, предвзятой, эмоциональной. В то же время быстро растет число свидетельств того, что формирование мнений в Интернете носит кумулятивный, а не делиберативный характер. Наша работа расширяет существующие взгляды на нормативность публичного обсуждения. Во-первых, мы вводим концепцию кумулятивной делиберации, которая позволяет точнее объяснить, как формируются мнения в онлайн-дискуссиях. Во-вторых, мы предлагаем новый подход к нормативности в общении пользователей при кумулятивном формировании мнений. Предлагаемый подход позволяет отличать легитимное недовольство пользователей и естественные дискурсивные практики от преднамеренных цифровых угроз, таких как индуцированное формирование мнений, вычислительная пропаганда или кибербуллинг.

***Ключевые слова**: делиберация, кумулятивная делиберация, нормативность, онлайн-дискуссии, Юрген Хабермас, публичная сфера.*

Svetlana S. Bodrunova, Doctor of Political Science, Professor at the Chair of Management of Mass Communications, School of Journalism and Mass Communications, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; e-mail: s.bodrunova@spbu.ru

CUMULATIVE DELIBERATION: NEW NORMATIVITY IN STUDYING PUBLIC SPHERES ONLINE

The growing complexity of public spheres, especially because of their hybridization (Chadwick, 2013) and prosumerization (Toffler, 1980/2022) has led to a reassessment of the quality of public discussions and, on a broader scale, the quality of the public sphere in different countries. An important aspect of this reassessment is the normative orientation of discussions. In particular, the growth of complexity shifts their normative focus from consensus as in the classical theory of deliberation (Habermas, 2006) to dissonance (Pfetsch, 2018). The theory of public deliberation imposes high normative requirements on the participants of political discussions, while user communication does not meet such expectations, since their speech may be meaningless, biased and/or emotional. At the same time, there is mounting evidence that the formation of opinions on the Internet is cumulative, not deliberative. Thus, the author of this paper proposes to expand the existing views on the normativity of public discussions. First, the concept of cumulative deliberation is introduced in the paper, which allows the author to explain more precisely how opinions are formed in online discussions. Second, a new approach to normativity in user communication with the cumulative formation of opinions is proposed. This approach provides for distinguishing legitimate discursive practices that designate user discontent from deliberate digital threats, such as induced opinion formation, computational propaganda or cyberbullying.

***Key words**: deliberation, cumulative deliberation, normativity, online discussions, Juergen Habermas, public sphere.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.87122

Введение

В начале XXI в. ученые повсеместно отмечают нарастание комплексности, сложности публичных сфер. Главными причинами роста сложности публичной дискуссии называют техническую гибридизацию (переход в цифровое пространство) и ее следствие – содержательную гибридизацию контента, имеющую политические последствия (Chadwick, 2013). Одним из проявлений гибридизации стало доминирование контента, созданного пользователями в качестве просьюмеров, выступающих в роли одновременно создателей и потребителей текстов (Toffler, 1980; 2022). Появление огромного количества новых неинституциональных участников публичной дискуссии, а также последствия их участия в онлайн-обсуждениях привели

к переоценке качества публичных дискуссий (Мисников, 2013) и – в более широком масштабе – качества публичной сферы в разных странах. Развитие онлайн-дискуссий оценивается как снижающее качество публичной сферы сразу в нескольких аспектах.

Во-первых, сегодня дискуссии, в которых принимают участие пользователи социальных сетей, рассматриваются учеными как хаотичные, малопредсказуемые и лишенные внутренней цельности, а также не длящиеся во времени, т. к. в них постоянно меняется состав участников (Smoliarova et al., 2020). При одновременном участии миллионов пользователей диахронический характер обсуждения, устроенного по аналогии с дискуссией за круглым столом, становится невозможен.

Во-вторых, внимание ученых привлекли искажения в онлайн-речи, которые уводят в сторону от делиберативного идеала. В начале 2000-х влияние Интернета на публичную дискуссию виделось почти исключительно как позитивное, поскольку ученые ожидали, что Всемирная паутина будет способствовать демократизации общественного диалога (Nakamura, 2013). Однако уже очень скоро наступило разочарование в Интернете как агенте демократизации (Fossato, Lloyd, 2008), а в 2010–2020-е гг. накопились данные об антидемократических эффектах сетевой коммуникации, в т. ч. описанных как цифровые угрозы. Они включают разнообразные практики намеренного отклонения от аутентичной коммуникации (например, вычислительную пропаганду – см.: Woolley, Howard, 2018) и искажения, возникающие в ходе общения пользователей как естественные, но ведущие прочь от нормативного идеала (например, язык вражды или кибербуллинг).

В-третьих, искажения и высокая степень дисконтинуальности дискуссий заставляют переосмысливать нормативную сторону онлайн-дискуссий в целом. Рост сложности и коммуникативных искажений, по мнению ученых, направляет публичную дискуссию не на консенсус, как в классической теории делиберации (Habermas, 2006), а на диссонанс (Pfetsch, 2018). Нынешняя теория публичной сферы предъявляет высокие нормативные требования к участникам политических дискуссий, в то время как общение пользователей не соответствует таким ожиданиям, поскольку их речь может быть бессодержательной, предвзятой, эмоциональной. Более того, высказывающиеся в Сети пользователи могут не иметь никакой делиберативной цели. В 2010-е ученые пытались узнать, какова основная мотивация пользователей для участия в полити-

ческих онлайн-дискуссиях, и выражали это формулой *to agree or to argue* («согласиться или поспорить»; Yardi, boyd, 2010). Однако к 2020-м большинство исследователей уже сомневаются как в той, так и в другой мотивации.

В то же время быстро растет число свидетельств того, что формирование мнений в Интернете носит кумулятивный, а не делиберативный характер. Иначе говоря, в Интернете коммуникация по принципу «круглого стола», где каждый выслушивает каждого, замещается одновременным говорением многих микро-акторов с минимальным объемом внимания друг к другу. Тем не менее доминирующие мнения в дискуссии все равно формируются – путем накопления сходных позиций и вопреки высокому уровню белого шума. Оксфордские исследователи указывают также на важную роль микро-актов политического участия в формировании мнений – так они называют реакции пользователей в соцсетях (лайки, репосты, комментарии; Margetts et al., 2015). К ним примыкают и акты контрибутивного действия (например, подписание онлайн-петиций; Bodrunova, 2020 a). Несмотря на незначительность каждого мелкого акта самого по себе, взятые вместе, они важны с точки зрения выражения мнений и предпочтений пользователей.

Все эти предпосылки свидетельствуют о необходимости нового подхода к оценке качества онлайн-дискуссии, который был бы основан на идее накопления мнения, а не его выработки делиберативным (рациональным, инклюзивным, «круговым») путем. В первую очередь требуется пересмотр нормативных оснований онлайн-обсуждений, поскольку мотивации пользователей отличны от нормативных ролей институциональных участников делиберативного процесса.

Ниже мы предлагаем концепцию кумулятивной делиберации, которая отражает новый характер публичной дискуссии, и описываем ее нормативность. Последняя позволяет поставить вопрос о нормативном разграничении естественных проявлений неделиберативного пользовательского дискурса и стратегического антидемократического влияния на ход дискуссии.

Возможен ли рациональный публичный диалог в социальных медиа?

Онлайн-дискуссия как (не)демократизирующее (не)обсуждение. Делиберативный процесс описывается в подавляющем большинстве теоретических работ как обсуждение, имеющее целью обрете-

ние согласия и/или согласованного решения между участниками полилога. Такое обсуждение имеет процедурные характеристики и требования к дискурсивному вкладу участников (см. ниже). В частности, процедурно обсуждение должно быть публичным (в большинстве случаев, хотя бывают и исключения), должен соблюдаться принцип «круглого стола» и обсуждение должно носить раундный характер. Принцип «круглого стола» означает, что, в теории, участники обсуждения высказываются по очереди. Таким образом, каждый участник имеет возможность высказать аргументы и выполняет роль слушателя, когда высказывается другой. Что еще более важно, принцип «круглого стола» подразумевает, что до начала обсуждения потенциальное решение равно удалено от участников и их частных интересов. Раундный характер дискуссии означает, что, если согласие не достигнуто и решение не найдено после изложения и выслушивания всех аргументов (т. е. в первом раунде обсуждения), дискуссия заходит на второй круг (раунд) и далее, продолжаясь до тех пор, пока искомое согласие не будет достигнуто. Более того, как видно из изложенного ниже, ключевые теоретики убеждены в том, что любой консенсус носит лишь временный характер; общественный диалог в любом случае развивается дальше, но именно конец очередного раунда имеет значение для закрепления временной картины (не)согласия.

В XX в. процесс публичной дискуссии шел в основном в рамках институциональных дискурсов и в массмедиа (Calhoun (ed.), 1993). Публичная сфера, мыслимая Юргеном Хабермасом как область автономной дискуссии свободных граждан (Habermas, 1992 b; 1996), при этом постоянно подвергалась влиянию стратегических акторов и их нарративов (Fenton, Downey, 2003). Эти нарративы создаются доминантными акторами политических систем, стремящимися к «рефеодализации» общественного пространства (Habermas, 1991: 177–196), а также акторами, которые бросают вызов *status quo* в политической системе. Это НКО, социальные движения, нишевые и радикальные политические партии (Leydet, 2021; Sintomer, 2018), которые, пусть и ради самих себя, выступают в качестве агентов расширения прав и возможностей социальных групп и «открытия», «дефеодализации» общественного пространства.

Таким образом, до появления социальных сетей опасения ученых по поводу качества общественного обсуждения были связаны с нормативными аспектами публичной коммуникации ограниченного и предсказуемого числа участников. Это были вопросы о дости-

жении дискурсивной рациональности, равенстве и включенности социальных групп в общественный диалог, структурной эффективности делиберативных арен (Dahlberg, 2005; Moe, 2008). Можно (с оговорками) утверждать, что вопросы оценки сложности и оперативной динамики формирования мнений в институционализированных и медиатизированных публичных сферах волновали исследователей в меньшей степени. Однако влиятельные работы о моделях формирования мнения, подобных «спирали молчания» (Noelle-Neumann, 1974; Scheufele, Moy, 2000) или «молчаливому большинству» (Mustafaraj et al., 2011), выявили модели и эффекты в формировании мнений, которые можно было бы назвать «кумулятивными» и которые больше зависели от механизмов складывания большинства/меньшинства, чем от иных свойств институциональной или медиатизированной коммуникации.

Изменения, внесенные сначала Всемирной паутиной, а затем социально-сетевыми порталами, выявили природу массовых дискуссий «на уровне человека», которая ранее проявлялась в распространении слухов (Lake, Pincus, 2006) и в частных обсуждениях, не принадлежащих (хотя бы теоретически) публичной сфере. Социальные сети, сделав миллионы микро-участников частью публичной сферы, критически переформатировали границу между общественным и частным в общественном диалоге. Это не могло не привлечь внимания исследователей делиберации, поскольку социальные сети привели к быстрому росту сложности (*complexity*) публичной коммуникации вместе с ростом белого шума в ней. Понимание современных общественных сфер как диссонирующих и разрозненных (Pfetsch, 2018) распространилось в науке о делиберации – при этом требуя от обычных пользователей практически тех же уровней нормативной ориентации на рациональную и консенсусную дискуссию, которые требовались от институтов и традиционных СМИ в XX в.

С начала 2000-х гг. демократический вектор (Hallin, Mancini, 2004: 13–14) в оценке делиберативного качества онлайн-дискуссий колебался по синусоиде: от почти утопических заявлений о демократизации на основе роста равенства и горизонтальности в репрезентации мнений (Nakamura, 2013) до разочарования в возможностях демократизации в силу бессодержательности, тривиальности дискуссий в Сети, а также отсутствия их связи с выработкой политики по отдельным вопросам повестки дня в офлайне (Fossato, Lloyd, 2008; Trottier, Fuchs, 2014). Постепенно научное

сообщество пришло к «легализации» Интернета как нового агента демократизации публичной сферы, ограниченного в его влиянии на качество демократии. Например, было показано, что в онлайн-мире социальные разделения и диспропорции скорее воспроизводятся и становятся более сложными, чем стираются (Daniels, 2013). После 2016 г. синусоида пошла по наклонной: после разоблачений Эдварда Сноудена и выборов в США наблюдается быстрое падение доверия к онлайн-коммуникации. Она видится как зона распространения цифровых угроз (Miller, Vaccari, 2020), включая алгоритмические медиаэффекты (Bozdag, 2013) и вычислительную пропаганду (Woolley, Howard, 2018).

Будучи, несомненно, необходимым для объяснения недостатков демократизации онлайн-дискуссий, демократический вектор тем не менее отчасти помешал рассматривать высказывания пользователей на платформе как потенциально политически нейтральные. Нейтральные в том смысле, что случайному обычному пользователю не приписывалось бы никакой скрытой политической интенции и собственного позиционирования в рамках политического рынка идей и властных взаимодействий – в отличие от того, как это приписывается институциональным участникам публичной дискуссии, таким как политические партии, министерства, СМИ (с их объявленной или неофициальной политической пристрастностью), активисты, международные акторы. Все они присутствуют в делиберативном процессе именно для того, чтобы проявлять политическую интенцию и отчетливую позицию по вопросам повестки дня (либо описывать интенции многих акторов, как делают СМИ). В отношении каждого из институциональных участников делиберативного процесса у других его участников всегда есть прогнозы и ожидания. При этом платформы, независимо от того, насколько их собственная политика влияет на онлайн-разговор о политике, все еще могут рассматриваться как изначально нейтральные пространства для выражения мнений, на которых со временем формируется обще(ственно)е мнение. Сообщения и комментарии пользователей могут рассматриваться как потенциально нейтральные *до их публикации*, в отличие от дискурса партий, НКО, общественных деятелей или даже СМИ, поскольку позиция последних, как правило, в целом известна общественности до публикации конкретного текста. Это означает, что диспозиция игроков перед публичной дискуссией с участием пользователей Интернета, а также ее результаты становятся менее

предсказуемыми: итог зависит не от предварительной подготовки и числа раундов в диалоге с равным вовлечением небольшого числа участников, а от того, какие мнения и в каком объеме высказываются, поддерживаются/не поддерживаются, накапливаются, борются и, наконец, выигрывают/проигрывают. Иначе говоря, благодаря переходу повседневного общения в социальные сети, имеющие публичный характер, стохастический характер формирования мнения сегодня превалирует над делиберативным принципом его выработки.

Этот уровень сложности дополняется другим, который возникает из-за снижения рациональности аргументации, а также отсутствия ориентации на диалог и взаимопонимание в сетевых дискуссиях. То есть сдвигается не только граница между частным разговором и публичной дискуссией; вместе с этим в публичное пространство переносятся и свойства межличностной коммуникации. При этом теория публичной сферы пока отстает от практики. Модели консенсусной (Brown, Dillard, 2013), конкурентной (Malina, 2005), агонистической (Mouffe, 2017) или множественной (Fenton, Downey, 2003) публичной сферы до сих пор ориентированы больше на участие узловых институтов, чем на участие обычных граждан, и сосредоточены вокруг идеалов консенсуса или конкуренции, которые для ученых играют определяющую роль в том, как структурируется общественное мнение. Но неполнота и фрагментарность реплик пользователей, настроения и эмоции говорящих, а также случайный характер речи, подразумевающий очень краткосрочные цели, редко выходящие за рамки краткого выражения базовых политических установок, не позволяют нам ожидать, что пользователи самоорганизуются в совещательные структуры. Вместо этого, как мы утверждаем, общественное мнение вырастает на иных основаниях.

Ниже мы рассмотрим это более подробно, уделяя особое внимание неконсенсусности, недиалогичности, нерациональности онлайн-обсуждений и отсутствию в них стойкого делиберативного намерения, а также опишем, что приходит на смену этим качествам диалога в онлайн-общении.

Неконсенсусность и нерациональность. Обобщенное (и, конечно, сильно упрощенное) ви́дение понятия делиберации, по Хабермасу, состоит в том, что это процесс публичного обсуждения с целью достижения взаимопонимания (*Einverstaendnis*). Для аргументированной речи как коммуникативного действия нормативные

требования являются обязательными, поскольку для Хабермаса формирование согласия собеседников лежит в плоскости прагматики речевых актов (Habermas, 1992 a: 139–140), а не в психологических мотивах или политических позициях говорящих. Более того, коммуникативный разум, осознающий себя через столкновение с разнообразием случайных, непредвиденных (*contingent*) проявлений социальности и обилием смыслов, стремится снизить степень сложности этого разнообразия через достижение согласия с Другим через язык. Как указывают исследователи текстов немецкого ученого, хабермассианский консенсус является как прагматической предпосылкой коммуникации, *уже* встроенной в систему языка в качестве самой возможности согласия, так и имманентной *целью* коммуникации, регулирующей ее задачу и содержание как «регулятивный идеал» (Jezierska, 2020: 5).

Эта предпосылка чрезвычайно строга. Хабермас требует не только простого согласия дискуссантов как компромисса между ними. Он требует согласия, основанного на разделяемом всеми собеседниками ви́дении, понимании логики и причинности происходящего: все стороны обсуждения должны согласиться о причинах событий и интерпретировать их аналогичным образом (Habermas, 2001: 339). Таким образом, целью делиберации является достижение общего понимания логики причин/следствий и согласия о них. Лучшие, более рациональные, точные, глубокие аргументы постепенно формируют общий консенсус. При этом получается, что дискуссант, не ставящий взаимопонимание целью речи, является буквально «лингвистически некомпетентным» (Braaten, 1991: 19–20) и не может участвовать в разумном обсуждении. На групповом и общественном уровне только компетентное «публичное использование разума свободными и равными гражданами <...> обеспечивает норму рационально-критического обсуждения, свободного от государственных и корпоративных интересов, инклюзивного, направленного на понимание и согласие, аргументированного и рефлексивного» (Karppinen, Moe, Svensson, 2008: 9; см.: Benhabib, 1996; Habermas, 1992 b; 1996).

В связи с этим только определенные виды речи могут рассматриваться как коммуникативные действия и, таким образом, становиться частью обсуждения; все остальные виды речи должны быть исключены из рассмотрения. Такое обсуждение может осуществляться и через взаимодействие «человек–человек», и через институциональные дискурсы, ориентированные на принятие

решений, где все стороны должны следовать делиберативному канону и сделать процесс обсуждения рациональным, инклюзивным, равноудаленным от решения (лишенным скрытых преференций для отдельных акторов) и циклическим, со многими итерациями, если это необходимо. Следовательно, нормативными требованиями к любому участнику обсуждения и его дискурсу являются ориентация на консенсус, учет чужих позиций, поиск точек соприкосновения, соблюдение порядка выступления, а также отказ от эмоций, субъективных претензий и скрытых личных или групповых интересов ради нахождения таких аргументов в споре, которые могут быть признаны как наилучшие и самые справедливые всеми сторонами конфликта.

Однако в сегодняшнем медиатизированном процессе принятия решений массовые онлайн-дискуссии, где такой канон не соблюдается, являются немаловажной частью общественного рассмотрения альтернатив развития. Даже если речь, которую производят пользователи, не ориентирована на консенсус и не выдерживает критики с точки зрения делиберативного качества, она в любом случае оказывает влияние, иногда решающее, на институционализированный публичный диалог. Поэтому понимание процесса обсуждения требует переосмысления и расширения, чтобы у нас была возможность учитывать взаимодействие и влияние на результат делиберации как ее рационально-аргументативных, так и кумулятивных сегментов.

Сопоставляя идеальное обсуждение, ориентированное на консенсус, и сегодняшнюю реальность публичных гибридных дискуссий, где размыты границы между офлайном и онлайном, а также между публичным и частным (Splichal, 2021), мы видим, что полноценные коммуникативные действия составляют незначительную часть публичных обсуждений. Основной объем состоит из «мелких актов политического участия» (Margetts et al., 2015) – так оксфордские ученые называют то, что мы бы назвали коммуникативными микро-действиями пользователей: посты, лайки, комментарии, репосты, а также подписание петиций, онлайн-голосования и т. д. Однако большинство лайков, репостов или комментариев не ориентируются на консенсус или даже на оспаривание или разрушение формирующегося консенсуса. Еще в 2010 г. Ярди и бойд (Yardi, boyd, 2010) поставили вопрос о том, зачем люди в основном выходят в Интернет: чтобы соглашаться или чтобы спорить (*to agree or to argue*)? Сегодня уже ясно, что ни то ни другое. У речевого контакта

может быть много иных причин неделиберативного характера, включая установление контакта, выражение отношения, обмен эмоциями, укрепление идентичности, выплеск негатива или развлечение. Делиберативный горизонт многих высказываний пользователей недостаточно широк, чтобы включить цель достижения консенсуса даже в рамках одной темы комментариев, не говоря уже о более высоких уровнях структуры обсуждения.

И все же в Сети формируются мнения, а пользователи группируются на их основе. Как же тогда выглядит консенсус в онлайн-сфере? Здесь можно вспомнить метафорическое определение консенсуса Шантай Муфф, которая видела консенсус как нечто крайне вредное для демократической дискуссии, как «временную кристаллизацию текущей гегемонии» (Mouffe, 2000; см.: Karppinen, Moe, Svensson, 2008: 10). Добавим к этому диссипативную (по И. Пригожину) природу временных, постоянно изменяющихся онлайн-сообществ, складывающихся на основе эмоций и аффекта (*affective publics*; Papacharissi, 2015). Применяя это ви́дение к онлайн-дискуссиям (например, в том, как конструируются веб-графы дискуссий, отражающие их структуру и динамику), можно «заморозить» любой момент дискуссии, отразить его в веб-графе и рассматривать восстановленный графически моментальный срез обсуждения как кристаллизацию доминирующих и миноритарных мнений, в то время как следующий момент времени может вызвать к жизни уже новую «кристаллизованную» картину обсуждения. В динамике картина напоминает колеблющийся Солярис, где участки дискуссии могут «подниматься» и «опускаться» то тут, то там, становиться плотнее и свободнее, накапливаться и рассеиваться, разрастаться, чтобы выделиться из ткани обсуждения в качестве трендовых тем, и угасать одна за другой или параллельно. Сегменты дискуссий с более или менее проницаемыми границами могут агрегироваться и растворяться в большом море онлайн-говорения.

В этой сложной и непредсказуемой картине сетевого общения структурные элементы процесса обсуждения носят временный характер. Ранее количество, характер и статус участников, которые потенциально были бы заинтересованы в участии в данной дискуссии, можно было предсказать заранее. Сегодня структура онлайн-дискуссий постоянно пересобирается заново, и аккаунты СМИ являются едва ли не единственным каркасом, который спасает дискуссии от рассеивания (Smoliarova et al., 2020). Обсуждения в Интернете можно рассматривать как ассамбляжи

(Deleuze, Guattari, 1988), что заново открывает перспективу применения теории систем в исследованиях общественного мнения и одновременно ставит острый вопрос о природе консенсуса в постоянно перестраиваемых группах пользователей. Одним из предположений может быть то, что консенсус в онлайн-дискуссиях динамичен и может иметь определенные пороговые значения и точки бифуркации (Smoliarova et al., 2019), а также охватывает разные доли от общего числа участников в разные моменты времени. Иначе говоря, консенсус имеет кумулятивный и динамический характер.

Другие элементы структуры онлайн-дискуссий также играют свою роль в накоплении мнений и достижении конкретной конфигурации консенсуса. Это более плотно связанные сегменты дискуссий (модули), основанные на единообразии мнения (*opinion homophily*; McPherson, Smith-Lovin, Cook, 2001; Newman, 2006), инфлюэнсеры (Freberg et al., 2011), каскадоподобные структуры распространения информации (Jalili, Perc, 2017), «вирусные» волны (Singer, 2014) и т. д. Дискуссии строятся вокруг разногласий, и возникают группы с одинаковыми взглядами; однако, учитывая динамику накопления мнений и проницаемые границы дискуссионных сообществ в социальных сетях, идея эхо-камер становится менее актуальной (Bruns, 2019), но все еще применима на некоторых уровнях анализа. Здесь вероятностная оценка и анализ динамики, по всей видимости, лучше подошли бы для представления разногласий в обсуждении и растущего/уменьшающегося консенсуса, чем принятое сегодня в большинстве исследований представление «динамики через статику» в виде веб-графов. Аналогичным образом, кристаллизация часто сосредоточена вокруг влиятельных лиц (инфлюэнсеров) различного происхождения и с различными ролями в структуре обсуждения (Soares, Recuero, Zago, 2018), что позволяет оценивать динамику накопления мнений в группах их подписчиков. И, конечно, «естественное» накопление мнений, как и при «классическом» обсуждении, может подвергнуться различным стратегическим искажениям – от управления социальными сетями до фальшивых новостей и вычислительной пропаганды. Это ставит множество вопросов о роли про- и антидемократических стратегических нарративов в кумулятивном консенсусе. Безусловно, эти вопросы уже рассматривались десятками ученых, но пока такие исследования не объединены общей идеей.

Мы считаем, что для миллионов пользователей политически значимые коммуникативные микро-действия проистекают не из желания достичь консенсуса, а из их отношения к существующему (воспринимаемому) конфликту. Это немного меняет оптику делиберации и возвращает людям их право выражать свое отношение без того, чтобы обязательно ориентировать свое высказывание на поиск лучших аргументов и финального согласия. Онлайн-коммуникаторы могут формировать мнения консенсусными и неконсенсусными способами, из которых простейшей моделью было бы «большинство против меньшинства» или, если рассматривать в динамике, модель перетягивания каната, кумулятивная по своей природе.

Недиалогичность и недискуссионное выражение мнений. Традиционно обсуждение как процесс обладает узнаваемым порядком, который обеспечивает рациональность обсуждения и ориентацию на плодотворный диалог. Элементами такого порядка являлись:

– ограниченное (даже если большое) и предсказуемое (даже если не всегда известное точно) число участников и вовлеченных сторон;

– определенная очередность публичных заявлений, формально установленная или неформальная, но все же соблюдаемая сторонами;

– иерархия действующих лиц и их вклад, который преобразуется в стабильное или менее стабильное воздействие данного актора на динамику складывания консенсуса;

– согласие сторон в отношении правил достижения консенсуса (которые могут быть оспорены представителями меньшинства);

– приемлемые шаблоны «вопрос–ответ», аргументация и риторика;

– заранее сформированные мнения и подготовленные аргументы для публичных выступлений хотя бы у основных участников общественного обсуждения.

В подобный набор критериев укладывается, скажем, обсуждение законопроекта с участием парламентских комитетов, профильных министерств, общественных групп и крупных медиа, где процедуры включают общественные и парламентские слушания, открытый лоббизм, медийное освещение дискуссии. Но, как показано выше, в современных социально-сетевых дискуссиях число участников может варьировать гораздо менее предсказуемо; иерархия складывается в ходе дискуссии; аргументы не подготов-

лены; правила игры не всегда ясны и разделяются участниками. Сегодня ученые редко задаются вопросом, имеет ли значение само количество участников в данной дискуссии, почему оно важно и можно ли его предсказать. При этом общая теория систем предполагает, что в динамических системах критически важно количество единиц; оно имеет значение для достижения пороговых значений, качественных сдвигов, точек бифуркации. Системная перспектива может создать свою собственную логику и порядок формирования мнения.

Один из элементов этой логики заключается в том, что делиберативные усилия СМИ и организаций тонут в океане сообщений пользователей, в отдельных случаях достаточно влиятельных. И гораздо сложнее предсказать, чей вклад становится более весомым. То, что в 2000-х воспринималось как демократизация и горизонтальность онлайн-обсуждений, сегодня может быть истолковано как «выравнивание» значимости институциональных акторов по сравнению с обычными гражданами и появление новых механизмов влияния на мнения, поведение пользователей, структуру и динамику дискуссии (инфлюэнсинга). Инфлюэнсеры, как упоминалось выше, являются частью кумулятивного, а не традиционного циклического обсуждения, поскольку их статус вырастает из поддержки пользователей. Они служат центрами притяжения обсуждения, агрегируют мнения вокруг себя и способны оказывать заметное влияние на содержание онлайн-дискуссий. Однако до сих пор не решен вопрос о том, в какой степени сетевые влиятельные фигуры способны изменить офлайновое принятие решений (и способны ли вообще). Почти во всех случаях наблюдается разрыв между онлайн- и офлайн-обсуждением, они происходят на разных аренах и влияние онлайнового накопленного мнения, как и мнения инфлюэнсеров, является опосредованным, что затрудняет анализ и выявление его реального веса в делиберативном процессе.

Еще одним важным элементом недиалогичности является вышеупомянутая одновременность выражения мнений неограниченным числом пользователей; часто это сотни, десятки тысяч, изредка даже миллионы пользователей. Эта одновременность, где объем дискуссии нарастает экспоненциально и в недрах которой начинают формироваться доминирующие мнения, не соответствует правилам раундного обсуждения. Масса пользовательских высказываний структурируется с помощью особенностей интер-

фейса платформы и возможностей пользователей в рамках интерфейса (*affordances*), алгоритмических рекомендаций, фильтров контента, списков трендов или инструментов, зависящих от пользователя, таких как хэштеги. Все эти факторы по отдельности поддаются изучению, но все же моменты кристаллизации мнений пока остаются неуловимыми, в то время как мнения движутся и колеблются вне любого формально организованного диалога. Связь между этими колебаниями и выработкой политики по конкретным вопросам повестки дня, как уже сказано выше, также остается неясной.

Недиалогичность также проявляется на уровне пользователя, где диалогические взаимодействия с другими пользователями и утверждения, основанные на аргументах, сосуществуют с фатическим общением, агрессивной речью и белым шумом. Более того, диалог как упорядоченная речь уступает место отдельным (и часто ситуативно/контекстуально неполным) личным высказываниям, вызванным аффектом, принадлежностью к группе, желанием поделиться опытом и т. д. Комментарии пользователей могут быть адресованы не только другим пользователям, но и автору поста (который не всегда отвечает и чей ответ не всегда ожидается) или всему сообществу, без какого-либо конкретного адресата.

Таким образом, диалогичность теряется на структурном (общем и межличностном) и интенционально-речевом уровне. Выработка мнения в таких обстоятельствах строится на пространственно-временной агрегации высказываний пользователей. На результат агрегации влияют экзогенные (контекстуальные, платформенные и пользовательские) и эндогенные (дискурсивные) факторы, среди которых – политическая поляризация (Conover et al., 2011), паттерны солидарности, порой даже агрессивной (Bodrunova et al., 2021), влияние инфлюэнсеров, динамика фолловинга (о фолловинге см.: Езан, Неборская, 2018), речевое определение «свой–чужой», совместный опыт, коннективное (Bennett, Segerberg, 2012) и контрибутивное действие, – но не диалог в его нормативной форме. Конгломераты лишенных делиберативного намерения, фрагментарных псевдодиалогических высказываний, которые накапливаются в Интернете, вряд ли можно даже назвать дискуссиями. В том, что мы продолжаем считать их таковыми, проявляется, скорее, академическая инерция, которая едва ли отражает реальность.

Кумулятивная делиберация: Концептуальная основа нового подхода

Определение кумулятивной делиберации. В определении кумулятивной делиберации мы учли несколько ключевых понятий и явлений. Это:

– понятие коммуникативных микро-действий (соединяющее «крошечные акты политического участия» в оксфордской работе Margetts et al. (2015) и «коммуникативное действие» у Хабермаса) и их роль в формировании мнений;

– паттерны накопления мнений, подобные «спирали молчания»;

– кумулятивные эффекты такого накопления в онлайн-дискуссиях;

– влияние эндогенных и экзогенных факторов на накопление мнения, в т. ч. связь паттернов кумулятивной делиберации с поведением пользователей и контекстом;

– понимание гибридной, онлайн-офлайновой природы (Chadwick, 2013) сегодняшнего процесса делиберации и вопрос о том, как связаны онлайновое и офлайновое обсуждение повестки дня.

Мы предлагаем называть кумулятивной делиберацией: 1) процесс накопления, перераспределения и рассеивания общественного мнения (мнений), созданного участием интернет-пользователей различного институционального статуса в онлайновой дискурсивной деятельности, и 2) влияние накопленных мнений на позиции институциональных акторов и дискурсы, включая работу СМИ и полисимейкинг.

Кумулятивная делиберация критически отличается от институциональной, и мы, основываясь на вышеописанном, видим несколько особенностей, которые необходимо переосмыслить в исследованиях. Суммируем их еще раз.

Первая – это недиалогический характер онлайн-обсуждений. В то время как институциональное обсуждение и дискуссия в СМИ могут обеспечить постепенное приближение к консенсусу, кумулятивная делиберация предлагает альтернативные способы выработки, влияния и ниспровержения общественного мнения.

Вторая – это разрыв между традиционной нормативностью публичного диалога и действиями пользователей. Если мы признаем, что пользователи не могут обеспечить уровень рациональности и вовлеченности, ожидаемый от институционализированной коммуникации (в т. ч. в СМИ), нам необходимо пересмотреть

нормативность в рамках кумулятивного формирования мнения. Оно во многих случаях может рассматриваться как изначально нормативно нейтральная групповая динамика, но в некоторых случаях не должно признаваться нейтральным.

Третья – это роль контекста в том, как складывается и интерпретируется доминирующее мнение или настроение. Как кумулятивные паттерны, так и кумулятивные эффекты необходимо изучать с учетом контекста, тогда как в наших знаниях о том, как контексты и культурные различия меняют кумуляцию мнений, наблюдается значительный пробел.

Ниже мы рассмотрим второй и третий пункты более подробно; но перед этим мы покажем, что кумулятивная делиберация может использоваться в качестве «зонтичного» термина для обобщения ряда хорошо известных явлений в формировании мнений, поведении пользователей и принятии общественных решений.

Предшествующие кумулятивные модели формирования мнений и их нормативность. Мы ни в коем случае не претендуем на то, чтобы быть первыми, кто считает кумулятивные процессы формирования общественного мнения и обсуждения решающими. Но мы осмелимся утверждать, что некоторые весьма популярные модели формирования общественного мнения представляют собой индивидуальные формы кумулятивной делиберации с логикой «перетягивания каната», если рассматривать их с точки зрения принятия общественных решений.

В частности, модели, разработанные в 1970-х гг., в т. ч. модель «спирали молчания» (Noelle-Neumann, 1974; Noelle-Neumann, Petersen, 2004) и «молчаливого большинства» (Mustafaraj et al., 2011), четко описывают накопление мнений, основанное на групповых и индивидуальных психологических, а не делиберативных основаниях, и не так важно, что они были обнаружены в коммуникации и паттернах политического выбора до начала эпохи Интернета. В целом, как обоснованно утверждалось в работах по медиаэффектам, «культивационные эффекты (Gerbner, Gross, 1976), установка повестки дня (McCombs, Shaw, 1972) и «спираль молчания» (Noelle-Neumann, 1974) возникли из идеи кумулятивных эффектов» (Koch, Arendt, Maximilian, 2017: 2). Однако «различие между одиночными и кумулятивными эффектами, каким бы простым и очевидным оно ни казалось на первый взгляд, долгое время игнорировалосмь в исследованиях медиаэффектов» (Там же: 1). То же самое можно сказать и об исследованиях общественного мнения

и общественной сферы, где «зонтичное» понятие кумуляции в целом не использовалось. Здесь, однако, мы должны уточнить, что в медиаисследованиях под кумулятивными эффектами понимаются индивидуальные эффекты накопительного характера, создаваемые долговременным воздействием на медиапотребителя определенного медиаконтента или его особенностей, таких как, например, политическая предвзятость/пристрастность (bias; Koch, Arendt, Maximilian, 2017; Perse, 2001: 51). В отличие от таких эффектов личностного уровня, кумулятивные паттерны в процессе коммуникации многих лиц, а также влияние кумулятивного общественного мнения на принятие решений зависят от множества разнообразных микро-вкладов самих участников дискуссии, а не от воздействия одного фактора.

В моделях формирования мнений, подобных «спирали молчания», индивидуальные мнения выражаются в формах установок (например, во время голосования), заявлений (например, претензий или жалоб) или молчания, что приводит к быстрому и понятному разделению на большинство/меньшинство на основе позиции «да/нет» и победе большинства путем накопления доминирующих позиций или активности одних на фоне молчания других. Безусловно, высказывания пользователей редко несут в себе четкую информацию, подобную «да/нет»; однако сегодня с помощью автоматизированных моделей анализа текста ученые пытаются упростить лингвистический облик высказываний юзеров и «перевести» их на социологически/политологически значимый язык цифр. В XXI в. исследования «спиралей молчания» трансформировались в изучение эхо-камер и пузырей-фильтров (*filter bubbles*), а концепции вроде «молчаливого большинства» используются для обобщенного, «технического» определения настроений пользователей без их нормативной оценки (Venkataraman, Subbalakshmi, Chandramouli, 2012).

На наш взгляд, однако, применение подобных моделей формирования мнений к онлайн-дискуссиям не должно резко упрощать дискуссию и критически снижать ее многомерность, как это повсеместно происходит в исследовании эхо-камер. Моделирование пользовательских дискуссий подразумевает поиск метода для учета множества форм и мотивов высказываний, а также их рудиментарной диалогичности. Такие методы приводят к недвоичному, многомерному ви́дению текста и возможности описания многополярного разделения мнений, более близкого к реальным взглядам

людей, чем деление на «правый/левый» или «за/против», предзаданное исследователем. Тем не менее пороговые значения, когда одна позиция начинает преобладать в обсуждении, тоже можно и нужно обнаруживать и предсказывать – отслеживая не только то, *что* говорят пользователи, но и то, *как* люди выражают точку зрения. Здесь важно, что трансформируется само понятие «(общее) мнение»: мнение перестает иметь жесткие границы вида «да/нет», становится гибким, мнения перетекают одно в другое через промежуточные состояния, и вслед за ними группы их носителей становятся динамичными, их границы – проницаемыми, пороги входа в такие группы снижаются, если платформа не предлагает выстроить их технически (например, создать закрытое сообщество).

Более «молодым» примером концепции, связывающей кумулятивную делиберацию и поведение в офлайне является концепция коннективного (связующего) действия (*connective action*; Bennett, Segerberg, 2012). Она описывает, как накопление связей пользователей и единого мнения приводит (иногда через эффект «перетекания через край» – *spillover effect*) в коллективное офлайновое действие (например, волонтерство или протест). Коннективное действие – пример опосредующего влияния сетевой коммуникации и агентской роли платформ в институционализированном делиберативном процессе. Если же общее действие пользователей остается в рамках Сети, можно говорить об уже упомянутом выше контрибутивном действии, т. е. активности пользователей на основе индивидуального вклада каждого в накопление общего эффекта (Bodrunova, 2020 a). Например, подписание петиций, массовые жалобы на сайтах правительств или компаний, онлайн-флэшмобы можно представить как накопление мнений ради достижения некоммуникативного эффекта путем однотипного повторяющегося вклада, который накапливается. Именно накопление вклада и переход порога общественного внимания через контрибутивное действие формирует политический вопрос повестки дня. Наличие таких переходов указывает на то, что подходы в области теории систем могут и должны быть использованы для оценки и прогнозирования влияния кумулятивных моделей формирования мнений и действий на более рациональные и институционализированные части общественного обсуждения.

В контрибутивном (и в меньшей степени – в коннективном) действии нормативные намерения пользователей скорее акти-

вистские, чем делиберативные. Таким образом, в рамках кумулятивной делиберации мы можем встретиться с интенциями пользователей, которые носят либо нейтральный («высказаться без намерения прийти к консенсусу»), либо активистский («высказаться/сделать ради изменения реальности, но не ради консенсуса») характер. При этом в онлайн-дискуссиях могут действовать также акторы, имеющие целью стратегически повлиять на результат естественного складывания мнений, часто – скрытым, нелегитимным, антидемократическим путем (Woolley, Howard, 2018; Miller, Vaccari, 2020). Если Хабермас критикует стратегическое вмешательство как свидетельство «рефеодализации» в противовес рациональному поиску базовых причин принятия решения, то мы противопоставим стратегическое вмешательство в онлайн-дискуссию новой нормативности, рассматривающей пользователя как изначально нейтральную единицу делиберативного процесса, имеющую право на нерациональность и недиалогичность.

Завершая данный раздел, укажем также, что концепция кумулятивной делиберации одновременно сходна с моделью агрегационной демократии и отлична от нее. Изложенная на русском языке, например в работах О. Л. Грановской (2015), модель агрегативной демократии описывается как основанная на идее агрегации большинства/меньшинства через индивидуальное голосование на выборах и противостоящая идее нахождения консенсуса при принятии общественно значимых решений. Однако следует указать на принципиальное отличие идеи накопления от идеи агрегации, хотя они и кажутся идентичными. Накопление представляет собой процесс, в котором временны́е параметры являются ключевыми и связаны с дискурсивными и контекстуальными чертами дискуссии. Темпоральное измерение в кумулятивной делиберации не менее важно, чем дискурсивное и контекстуальное (поскольку, как сказано выше, точки бифуркации в дискуссиях могут образоваться в любой момент), тогда как агрегативная модель демократии делает акцент на результирующем сочетании мнений, а не на процессе и факторах их накопления. Безусловно, агрегация мнения – суть кумулятивной делиберации, но мнения в онлайн-дискуссиях не похожи на мнения, выраженные через голосование; они играют иные роли в процессе принятия общественных решений; и, как сказано выше, они не могут прийти к финальному раскладу – только к промежуточному варианту (не)согласия.

Переосмысление нормативности для кумулятивной делиберации

Устранение чрезмерной нормативности. Наш основной вклад в теоретизацию кумулятивной делиберации, как мы думаем, заключается в призыве признать и принять в качестве базовой предпосылки исследований *делиберативное несовершенство* мышления и поведения пользователей. Это неизбежно подразумевает создание новых нормативных оснований для оценки «онлайн-дискуссий»; но важнее, что это возвращает человека и человеческое в теорию делиберации.

Не отказываясь от демократического вектора в оценке качества публичной онлайн-сферы, мы считаем, что классическое понимание делиберации не соответствует паттернам «дискуссий» в социальных сетях. Разделяемый теоретиками набор нормативных требований к участникам онлайн-дискуссий порождает нереализованные ожидания и постепенно теряет свою объяснительную силу. Сама идея диалогической «онлайн-дискуссии», будь она консенсусной или диссонантной, и дилемма *to agree or to argue* – научные иллюзии, ставшие ключевым концептуальным ограничением для исследований медиатизированных и сетевых публичных сфер.

Напротив, кумулятивная делиберация – это способ взглянуть на онлайн-дискуссии, придавая значение каждому сообщению, лайку, репосту и комментарию. Каким бы бесцельным ни было обсуждение на уровне микро-действий, оно может быть признано политическим как его собственными участниками, так и внешними наблюдателями. Это, однако, не подразумевает требования к каждому отдельному пользователю быть абсолютно делиберативным, то есть рациональным, инклюзивным и ориентированным на консенсус. Означает ли это, что такая не обязательно рациональная, инклюзивная и ориентированная на консенсус коммуникация не имеет значения? Нет, не означает.

Ученые обеспокоены тем, что онлайн-дискуссии не порождают ожидаемого содержания высокого демократического качества в каждом акте говорения. Должны ли они? – спрашиваем мы. Благодаря снижению ожиданий по отношению к отдельным участникам онлайн-дискуссий концепция кумулятивной делиберации позволяет оценивать достижение консенсуса более точно, чем это делают классические модели обсуждения, и избавляет исследования публичной сферы от чрезмерной нормативности в нескольких важных аспектах.

Во-первых, мы считаем, что пользователи имеют право не быть делиберативными в конкретных высказываниях, в т. ч. политических. Мы признаем право людей не стремиться к консенсусу и даже не иметь его в виду при общении онлайн. В реальной жизни и в Интернете у пользователей есть различные мотивы для самовыражения – от тщеславия до сострадания, и несогласованное и нерациональное поведение людей формирует саму ткань онлайн-речи. Это, в свою очередь, подразумевает, что коммуникативные микро-действия пользователей сначала должны рассматриваться как *нормативно нейтральные*, т. е. не обремененные всеобъемлющей целью, – не потому, что они представляют собой идеальную практику общественного обсуждения и, следовательно, политически нейтральны или совершенно инклюзивны, а потому, что подавляющее большинство пользователей просто не имеют далеко идущих целей нахождения консенсуса или окончательной победы в споре.

Во-вторых, мы корректируем трактовку мотивации пользователей. Стоит перестать приписывать чрезмерную субъектность и ответственность отдельным пользователям. Если коммуникация инициируется не желанием достичь консенсуса в будущем, а его антиподом, а именно – существующим конфликтом, то особенности речи коренятся в нем. Таким образом, логично ожидать, что люди будут говорить эмоционально, заинтересованно или даже агрессивно – конечно, в рамках законодательно очерченных границ и сетевого этикета, который можно и нужно изучать. При этом следует внимательнее относиться к речи, выходящей за пределы конвенций, и не требовать от платформ огульно ее запретить. Так, мы показали, что в автократиях нецензурная речь в Интернете и политические уничижительные выражения могут играть конструктивную роль – как в стимулировании горячего обсуждения, так и в его контекстуализации (Bodrunova et al., 2021). Наши результаты говорят о том, что границы между допустимой и исключаемой речью необходимо проводить с осторожностью. Этим мы не утверждаем, что в Интернете люди имеют право нарушать нормы цивилизованного общения. Вовсе нет: точно так же, как и в офлайне, люди должны стремиться к наилучшему возможному поведению в любое время. Но и в «живом» поведении есть действия, которые признаются незаконными или резко нарушающими социальные нормы, а есть действия неприятные и даже грубые, но все же юридически и этически приемле-

мые. Новая нормативность активно формируется сегодня через требования вежливости и оценку допустимых границ нецивилизованного поведения в Интернете, включая преднамеренные последствия нецивилизованности и вербальной агрессии, такие как разжигание ненависти или кибербуллинг. Но здравый смысл требует, чтобы неаргументированная, эмоциональная или фатическая речь не рассматривалась как настолько же вредная и неприемлемая для кумулятивной делиберации, как незаконное и нецивилизованное вербальное поведение. Ряд ученых, впрочем, указали даже на конструктивные функции агрессивной и обсценной речи, призывая не убирать ее из онлайн-дискуссий путем автоматической фильтрации (Masullo Chen et al., 2019; Bodrunova et al., 2021).

В-третьих, при кумулятивном формировании мнения важен каждый лайк. Эта позиция идет вразрез с доминирующим отношением к онлайн-комментаторам как к «диванным критикам» и «слэктивистам»[2]. Микро-мотивации и эмоции внутри микродействий, какими бы незначительными они ни были, как раз и формируют возникающие кумулятивные эффекты в социальносетевом общении. Крошечные коммуникативные акты можно рассматривать как нормативно нейтральные в еще одном смысле: связь между результатом обсуждения и индивидуальным вкладом в него непрямая и почти не поддается отслеживанию, но в любом случае ею нельзя пренебрегать, поскольку каждый микро-акт говорения способствует формированию пороговых значений в динамике обсуждения и разворотах общественного настроения.

Нормативная нейтральность и контекст дискуссии. Одним из сложных вопросов в исследованиях кумулятивной делиберации является учет контекста дискуссии. Несмотря на «нейтральный» подход к пользователям как к свободным и легитимно неделиберативным, но несколько безликим единицам, производящим накапливающиеся во времени коммуникативные акты, теория кумулятивной делиберации должна уделять внимание личности, идентичности и культуре как параметрам, которые определяют разнообразие онлайн-общения и влияют на мотивацию пользователей, чтобы не свалиться в описание «технологически формальных схем взаимодействия» пользователей вместо оценки «сложного баланса защиты собственных позиций и терпимости к иным взглядам» (Семенов, 2022: 84). Учет индивидуального контекста

речи при этом чрезвычайно сложен, поскольку платформы, как правило, не предоставляют персональные данные пользователей и их черты можно вычислять только из речи.

Контекст также проявляется на двух других уровнях: ситуативного контекста и контекста за пределами дискуссии (Bodrunova, 2020 b). Мы ранее провели это различие на основе работ о роли контекста в анализе данных, которые принадлежат к четырем различным направлениям в науке: традиционной лингвистике, когнитивной лингвистике, критической теории дискурса и компьютерной лингвистике/вычислительному анализу данных из социальных сетей. Ситуативный контекст подразумевает развитие дискуссии как таковой, где для каждого конкретного высказывания остальные реплики выступают контекстом. Но нас будет больше интересовать контекст за пределами дискуссии – исторический и текущий, поскольку именно им часто можно объяснить результаты кейсовых исследований поляризации пользователей и их группировки, что создает проблемы для генерализации результатов и их сравнения с аналогичными в других коммуникативных культурах.

Оценки демократического качества и социальной полезности кумулятивной делиберации будут зависеть от того, как мы относимся к пользователю в его соотношении с контекстом. Иначе говоря, допускаем ли мы возможность того, что кумуляция мнений имеет свою собственную, «естественную», «системную», «математическую» или «массово-психологическую» логику, которая была бы отчасти сформирована особенностями интерфейсов, чертами пользователей и культурно-историческими различиями контекста, но не полностью обусловлена ими. Включение параметров, связанных с чертами пользователей и контекстом вне дискуссии, в исследования кумулятивной делиберации должно быть тщательно обсуждено в сообществе коммуникативистов.

Зло истинное и ложное, или Стратегическое вмешательство в кумулятивное мнение. Вместо того чтобы предъявлять чрезмерные требования к обычным пользователям, научное сообщество, медиаиндустрия, корпоративные и политические элиты должны следить за другой границей, где сегодня активно формируется нормативность. Это широкий спектр форм политического и коммерческого использования накопления мнений.

Практика стратегического искажения мнений, как указывалось выше, может включать как «подкрутку» дискурса со стороны отдель-

ных акторов политического поля, так и необъявленное системное государственное вмешательство, вычислительную пропаганду, действия против несовершеннолетних, вмешательство в выборный процесс и т. д. Эти явления требуют соответствующего гибкого противодействия – от установления норм корпоративной социальной ответственности за сетевые дискуссии до правового предотвращения цифровых угроз. В обсуждении границ допустимого, в т. ч. допустимого противодействия, должен принять участие широкий круг участников, включая представителей платформ, интернет-активистов, медиаобразовательные организации, НКО и заинтересованных граждан.

Как и в случае традиционных СМИ и традиционной публичной сферы, естественные искажения кумулятивной делиберации, проистекающие из черт пользователей и контекста, необходимо отличать от стратегических нарративов. Несбалансированная политическая речь, словесная агрессия в рамках закона или непреднамеренная дезинформация могут рассматриваться как разрушительные структурные искажения лингвистической природы, так же как искажения, связанные с техническими и пользовательскими особенностями платформ. Но они отличны от стратегического вмешательства, и степень их приемлемости много выше. После 2016 г. глобальная озабоченность стратегическими искажениями резко возросла (Miller, Vaccari, 2020). Мы хотим подчеркнуть, что в свете концепции кумулятивной делиберации несовершенство дискурса и естественные структурные искажения, с одной стороны, и стратегические вмешательства, с другой стороны, неодинаковы, даже если все они отклоняются от идеального делиберативного коммуникативного действия. Поэтому усилия научного сообщества следует направить на гуманизацию делиберативных исследований и одновременное изучение вреда, наносимого стратегическими воздействиями на онлайн-дискуссии.

Вместо заключения. Направления исследования кумулятивной делиберации

Изучение делиберативных практик онлайн приводит исследователей к мысли об их дисфункциональности, связанной с отказом от рациональности, инклюзивности, поиска общего блага и ориентации на обретение согласия. Однако мы настаи-

ваем на том, что с самого начала наложение нормативных ожиданий на обычного человека в соцсетях было ошибкой, обусловленной инерцией академического мышления о публичной сфере и завышенными ожиданиями от Интернета как крупнейшей технологической инновации, мыслимой во многом как утопия (Nakamura, 2013; Колозариди, 2015). После четверти века изучения онлайн-общения ученые пришли к пониманию необходимости разработать новые концепции, которые были бы ближе к реальности пользовательских дискуссий и позволили бы определить место этих дискуссий в демократическом делиберативном процессе.

Мы предложили одну из таких концепций с опорой на накопительный характер мнений онлайн и новую нормативность, которая допускает неделиберативное поведение отдельного пользователя, но не допускает стратегического вмешательства скрытых акторов в аутентичный сетевой разговор. Концепция кумулятивной делиберации может быть доработана до полноценной теории гибридной (онлайн-офлайновой или институциональной+кумулятивной) делиберации, в которой будут сочетаться оценка качества рациональных механизмов публичного обсуждения и учет влияния накопленного общественного мнения и его динамики.

Для того чтобы такая теория стала возможной, следует объединить уже существующие и развивать новые исследования кумулятивной делиберации в нескольких важных направлениях. Это: 1) формирование нормативных требований к участникам кумулятивной делиберации; 2) паттерны накопления и размывания мнений на уровне отдельного пользователя, дискурса, структуры дискуссии, языкового сегмента, платформы и др.; 3) эндогенные (дискурсивные) факторы накопления мнений, включая роли агрессивной и фатической коммуникации, выражение недоверия, паттерны установления контакта, юмористическую речь и др.; 4) экзогенные (контекстуальные, платформенно-технологические и пользовательские) факторы, включая офлайновую медиасистему, политический ландшафт и политическую культуру как элементы контекста; 5) методы выявления накопления мнений – от методов системного анализа до вычислительных методов коммуникативистики, а также социальной, математической и когнитивной лингвистики; 6) кумулятивные эффекты в онлайн-обсуждениях на уровне пользователя, группы, дискуссии в целом; 7) связь между паттернами/эффектами куму-

лятивной онлайн-делиберации и процессом выработки решений офлайн – о чем у нас пока крайне мало доказательного знания. «Зонтичный» характер концепции, позволяющий систематизацию уже известных эффектов и выявление новых, поможет увидеть онлайновый делиберативный процесс на новом уровне обобщения и более точно описать его место в общественном мнении и публичном обсуждении общего блага.

Примечания

[1] Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда, проект 21-18-00454.

[2] Gladwell M. (2010) Small change. *The New Yorker* 4 (2010): 42–49.

Библиография

Грановская О. Л. Делиберативная и агрегативная модели демократии и агональный либерализм И. Берлина // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2015. № 2 (32). С. 126–135.

Езан И. Е., Неборская Л. Н. Лингвотипологическая характеристика политических твитов в современном немецком языке // Вестн. Омск. гос. пед. ун-та. Гуманитарные исследования. 2018. № 3 (20). С. 68–72.

Колозариди П. В. Утопия и идеология в исследованиях Интернета // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2015. № 5 (129). С. 144–158. DOI: 10.14515/monitoring.2015.5.08

Мисников Ю. Г. Интернет-дискуссии в демократической теории и практике // Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества. 2013. № 2013. С. 100–131.

Семенов Е. Е. Виртуальная публичная сфера: дефицит делиберации // Общество: философия, история, культура. 2022. № 10 (102). С. 81–85.

Benhabib S. (1996) Toward a deliberative model of democratic legitimacy. In *Democracy and difference: Contesting the boundaries of the political*. Princeton: Princeton University Press. Pp. 67–94. DOI: https://doi.org/10.2307/j.ctv1nxcvsv

Bennett W. L., Segerberg A. (2012) The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society* 15(5): 739–768. DOI: https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661

Bodrunova S. S. (2020 a) Contributive action: socially mediated activities of Russians during the COVID-19 lockdown. *Media International Australia* 177 (1): 139–143. DOI: 10.1177/1329878X20953536

Bodrunova S. S. (2020 b) The boundaries of context: contextual knowledge in research on networked discussions. In *Fifth Networks in the Global World Conference*. Cham: Springer. Pp. 165–179.

Bodrunova S. S., Litvinenko A., Blekanov I., Nepiyushchikh D. (2021) Constructive aggression? Multiple roles of aggressive content in political discourse on Russian YouTube. *Media and Communication* 9: 181–194. DOI: 10.17645/mac.v9i1.3469

Bozdag E. (2013) Bias in algorithmic filtering and personalization. *Ethics and Information Technology* 15 (3): 209–227. DOI: https://doi.org/10.1007/s10676-013-9321-6

Braaten J. (1991) *Habermas's critical theory of society*. New York: SUNY Press.

Brown J., Dillard J. (2013) Critical accounting and communicative action: On the limits of consensual deliberation. *Critical Perspectives on Accounting* 24 (3): 176–190. DOI: https://doi.org/10.1016/j.cpa.2012.06.003

Bruns A. (2019) *Are filter bubbles real?* Hoboken: John Wiley & Sons.

Calhoun C. (ed.) (1993) *Habermas and the public sphere*. Boston: MIT press.

Chadwick A. (2013) *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford: Oxford University Press. DOI: https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001

Conover M., Ratkiewicz J., Francisco M., Gon alves B., Menczer F., Flammini A. (2011) Political polarization on twitter. *Proceedings of the International AAAI conference on web and social media* 5 (1): 89–96. DOI: https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14126

Dahlberg L. (2005) The Habermasian public sphere: Taking difference seriously? *Theory and Society* 34 (2): 111–136.

Daniels J. (2013) Race and racism in Internet studies: A review and critique. *New Media & Society* 15 (5): 695–719. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444812462849

Deleuze G., Guattari F. (1988) *A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia. Vol. 1*. London: Bloomsbury Publishing.

Fenton N., Downey J. (2003) Counter public spheres and global modernity. *Javnost – The Public* 10 (1): 15–32. DOI: https://doi.org/10.1080/13183222.2003.11008819

Fossato F., Lloyd J. (2008) *The web that failed*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Department of Politics and International Relations, University of Oxford (RISJ).

Freberg K., Graham K., McGaughey K., Freberg L. A. (2011) Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review* 37 (1): 90–92. DOI: 10.1016/j.pubrev.2010.11.001

Gerbner G., Gross L. (1976) The scary world of TV's heavy viewer. *Psychology Today* 9 (11): 41–45.

Habermas J. (1991) *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Boston: MIT press.

Habermas J. (1992 a) *Postmetaphysical thinking: Philosophical essays*. Boston: MIT Press.

Habermas, J. (1992 b) *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. Boston: MIT Press.

Habermas J. (1996) *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy.* Boston: MIT Press.

Habermas J. (2001) From Kant's 'Ideas' of pure reason to the 'Idealizing' presuppositions of communicative action: Reflections on the 'detranscendentalized' Use of Reason. In *Pluralism and the pragmatic turn: The transformation of critical theory, essays in honor of Thomas McCarthy*. Boston: MIT Press. Pp. 11–39.

Habermas J. (2006) Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory* 16 (4): 411–426. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x

Hallin D. C., Mancini P. (2004) *Comparing media systems: Three models of media and politics.* Cambridge: Cambridge University Press. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867

Jalili M., Perc M. (2017) Information cascades in complex networks. *Journal of Complex Networks* 5 (5): 665–693. DOI: https://doi.org/10.1093/comnet/cnx019

Jezierska K. (2020) With Habermas against Habermas: Deliberation without consensus. *Journal of Deliberative Democracy, 15* (1). Available at: https://delibdemjournal.org/article/id/598/ (accessed: 16.02.2023). DOI: https://doi.org/10.16997/jdd.326

Karppinen K., Moe H., Svensson J. (2008) Habermas, Mouffe and political communication: A case for theoretical eclecticism. *Javnost – The Public* 15 (3): 5–21.

Koch T., Arendt F., Maximilian L. (2017) Media effects: Cumulation and duration. In *The International Encyclopedia of Communication*. DOI: 10.1002/9781118783764.wbieme0217

Lake P., Pincus S. (2006) Rethinking the public sphere in early modern England. *Journal of British Studies* 45 (2): 270–292. DOI: https://doi.org/10.1086/499788

Leydet D. (2021) Ideological Diversity, Intelligibility and Electoral Design: A Deliberative Perspective. *Representation* 57 (3): 297–312. DOI: https://doi.org/10.1080/00344893.2019.1704850

Malina A. (2005) Perspectives on citizen democratisation and alienation in the virtual public sphere. In *Digital democracy*. London: Routledge. Pp. 37–52.

Margetts H., John P., Hale S., Yasseri T. (2015) *Political turbulence: How social media shape collective action.* Princeton: Princeton University Press.

Masullo Chen G., Muddiman A., Wilner T., Pariser E., Stroud N. J. (2019) We should not get rid of incivility online. *Social Media+Society* 5 (3): 2056305119862641. DOI: https://doi.org/10.1177/2056305119862641

McCombs M. E., Shaw D. L. (1972) The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176–187.

McPherson M., Smith-Lovin L., Cook J. M. (2001) Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology* 27 (1): 415–444. DOI: https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415

Miller M. L., Vaccari C. (2020) Digital threats to democracy: comparative lessons and possible remedies. *The International Journal of Press/Politics* 25 (3): 333–356. DOI: https://doi.org/10.1177/1940161220922323

Moe H. (2008) Dissemination and dialogue in the public sphere: a case for public service media online. *Media, Culture & Society* 30 (3): 319–336. DOI: https://doi.org/10.1177/0163443708088790

Mouffe C. (2000) *The Democratic Paradox*. New York: Verso.

Mouffe C. (2017) Democracy as agonistic pluralism. In *Rewriting democracy*. London: Routledge. Pp. 35–45.

Mustafaraj E., Finn S., Whitlock C., Metaxas P. T. (2011) Vocal minority versus silent majority: Discovering the opinions of the long tail. In *2011 IEEE Third International Conference on Social Computing*. IEEE. Pp. 103–110.

Nakamura L. (2013) *Cybertypes: Race, ethnicity, and identity on the Internet*. London: Routledge. DOI: https://doi.org/10.4324/9780203699188

Newman M. E. (2006) Modularity and community structure in networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 103 (23): 8577–8582. DOI: https://doi.org/10.1073/pnas.0601602103

Noelle-Neumann E. (1974) The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication* 24 (2): 43–51. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x

Noelle-Neumann E., Petersen T. (2004) The spiral of silence and the social nature of man. In *Handbook of political communication research*. London: Routledge. Pp. 339–356.

Papacharissi Z. (2015) *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford: Oxford University Press. DOI: https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001

Perse E. M. (2001) *Media Effects and Society*. Taylor & Francis. DOI: https://doi.org/10.4324/9780203854693

Pfetsch B. (2018) Dissonant and disconnected public spheres as challenge for political communication research. *Javnost – The Public* 25 (1-2): 59–65. DOI: https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1423942

Scheufele D. A., Moy P. (2000) Twenty-five years of the spiral of silence: A conceptual review and empirical outlook. *International Journal of Public Opinion Research* 12 (1): 3–28. DOI: 10.1093/ijpor/12.1.3

Singer J. B. (2014). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society* 16 (1): 55–73. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444813477833

Sintomer Y. (2018) From deliberative to radical democracy? Sortition and politics in the twenty-first century. *Politics & Society* 46 (3): 337–357. DOI: https://doi.org/10.1177/0032329218789888

Soares F. B., Recuero R., Zago G. (2018) Influencers in polarized political networks on Twitter. In *Proceedings of the 9th International conference on social media and society*. Pp. 168–177. DOI: https://doi.org/10.1145/3217804.3217909

Smoliarova A. S., Bodrunova S. S., Blekanov I. S., Maksimov A. (2020). Discontinued public spheres? Reproducibility of user structure in Twitter discussions on inter-ethnic conflicts. In C. Stephanidis, M. Antona, S. Ntoa (eds.), *HCI International 2020 – Late Breaking Posters. Communications in Computer and Information Science. Vol. 1293*. Cham: Springer. Pp. 262–269.

Smoliarova A. S., Bodrunova S. S., Yakunin A. V., Blekanov I., Maksimov A. (2019) Detecting pivotal points in social conflicts via topic modeling of Twitter content. In S. S. Bodrunova et al. (eds.) *Internet Science. INSCI 2018 International Workshops, St. Petersburg, Russia, October 24–26, 2018, Revised Selected Papers. Lecture Notes in Computer Science, vol. 11551*. Cham: Springer. Pp. 61–71.

Splichal S. (2021) The public sphere in the twilight zone of publicness. *European Journal of Communication* 37 (2): 02673231211061490. DOI: https://doi.org/10.1177/02673231211061490

Toffler A. (1980) *The third wave: The classic study of tomorrow*. Bantam.

Toffler A. (2022) *The third wave: The classic study of tomorrow*. Bantam.

Trottier D., Fuchs C. (2014) Theorising social media, politics and the state: An introduction. In *Social media, politics and the state*. London: Routledge. Pp. 15–50.

Venkataraman M., Subbalakshmi K. P., Chandramouli R. (2012) Measuring and quantifying the silent majority on the internet. In *Proceedings of the 2012 35th IEEE Sarnoff Symposium*. IEEE. Pp. 1–5.

Woolley S. C., Howard P. N. (eds.) (2018) *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. Oxford: Oxford University Press.

Yardi S., Boyd D. (2010) Dynamic debates: An analysis of group polarization over time on twitter. *Bulletin of Science, Technology & Society* 30 (5): 316–327. DOI: https://doi.org/10.1177/0270467610380011

Notes

Issledovanie vypolneno pri podderzhke Rossiyskogo nauchnogo fonda, proekt 21-18-00454. [The study was carried out with support from the Russian Scientific Foundation, project 21-18-00454].

Gladwell M. (2010) Small change. *The New Yorker* 4 (2010): 42–49.

References

Benhabib S. (1996) Toward a Deliberative Model of Democratic Legitimacy. In *Democracy and Difference: Contesting the Boundaries of the Political*. Princeton: Princeton University Press. Pp. 67–94. DOI: https://doi.org/10.2307/j.ctv1nxcvsv

Bennett W. L., Segerberg A. (2012) The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics. *Information, Communication & Society* 15 (5): 739–768. DOI: https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661

Bodrunova S. S. (2020 a) Contributive Action: Socially Mediated Activities of Russians during the COVID-19 Lockdown. *Media International Australia* 177 (1): 139–143. DOI: 10.1177/1329878X20953536

Bodrunova S. S. (2020 b) The Boundaries of Context: Contextual Knowledge in Research on Networked Discussions. In *Fifth Networks in the Global World Conference*. Cham: Springer. Pp. 165–179.

Bodrunova S. S., Litvinenko A., Blekanov I., Nepiyushchikh D. (2021) Constructive Aggression? Multiple Roles of Aggressive Content in Political Discourse on Russian YouTube. *Media and Communication* 9: 181–194. DOI: 10.17645/mac.v9i1.3469

Bozdag E. (2013) Bias in Algorithmic Filtering and Personalization. *Ethics and Information Technology* 15 (3): 209–227. DOI: https://doi.org/10.1007/s10676-013-9321-6

Braaten J. (1991) *Habermas's Critical Theory of Society*. New York: SUNY Press.

Brown J., Dillard J. (2013) Critical Accounting and Communicative Action: on the Limits of Consensual Deliberation. *Critical Perspectives on Accounting* 24 (3): 176–190. DOI: https://doi.org/10.1016/j.cpa.2012.06.003

Bruns A. (2019) *Are Filter Bubbles Real?* Hoboken: John Wiley & Sons.

Calhoun C. (ed.) (1993) *Habermas and the Public Sphere*. Boston: MIT press.

Chadwick A. (2013) *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press. DOI: https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001

Conover M., Ratkiewicz J., Francisco M., Gon alves B., Menczer F., Flammini A. (2011) Political Polarization on Twitter. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 5 (1): 89–96. DOI: https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14126

Dahlberg L. (2005) The Habermasian Public Sphere: Taking Difference Seriously? *Theory and Society* 34 (2): 111–136.

Daniels J. (2013) Race and Racism in Internet Studies: A Review and Critique. *New Media & Society* 15 (5): 695–719. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444812462849

Deleuze G., Guattari F. (1988) *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia. Vol. 1*. London: Bloomsbury Publishing.

Fenton N., Downey J. (2003) Counter Public Spheres and Global Modernity. *Javnost – The Public* 10 (1): 15–32. DOI: https://doi.org/10.1080/13183222.2003.11008819

Fossato F., Lloyd J. (2008) *The Web that Failed*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Department of Politics and International Relations, University of Oxford (RISJ).

Freberg K., Graham K., McGaughey K., Freberg L. A. (2011) Who are the Social Media Influencers? A Study of Public Perceptions of Personality. *Public Relations Review* 37 (1): 90–92. DOI: 10.1016/j.pubrev.2010.11.001

Ezan I. E., Neborskaya L. N. (2018) Lingvotipologicheskaya kharakteristika politicheskikh tvitov v sovremennom nemetskom yazyke [Linguo-Typological Characteristic of Political Tweets in Modern German]. *Vestn. Omsk. gos. ped. un-ta. Gumanitarnye issledovaniya* 3 (20): 68–72.

Gerbner G., Gross L. (1976) The Scary World of TV's Heavy Viewer. *Psychology Today* 9 (11): 41–45. (In Russian)

Granovskaya O. L. (2015) Deliberativnaya i agregativnaya modeli demokratii i agonal'nyy liberalizm I. Berlina [Deliberative and Aggregative Models of Democracy and I. Berlin's Agonistic Liberalism]. *Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoy Sibiri i na Dal'nem Vostoke* 2 (32): 126–135. (In Russian)

Habermas J. (1991) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Boston: MIT press.

Habermas J. (1992 a) *Postmetaphysical Thinking: Philosophical Essays*. Boston: MIT Press.

Habermas J. (1992 b) *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Boston: MIT Press.

Habermas J. (1996) *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Boston: MIT Press.

Habermas J. (2001) From Kant's 'Ideas' of Pure Reason to the 'Idealizing' Presuppositions of Communicative Action: Reflections on the 'Detranscendentalized' Use of Reason. In *Pluralism and the Pragmatic Turn: The Transformation of Critical Theory, Essays in Honor of Thomas McCarthy*. Boston: MIT Press. Pp. 11–39.

Habermas J. (2006) Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory* 16 (4): 411–426. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x

Hallin D. C., Mancini P. (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867

Jalili M., Perc M. (2017) Information Cascades in Complex Networks. *Journal of Complex Networks* 5 (5): 665–693. DOI: https://doi.org/10.1093/comnet/cnx019

Jezierska K. (2020) With Habermas Against Habermas: Deliberation Without Consensus. *Journal of Deliberative Democracy, 15* (1). Available at: https://delibdemjournal.org/article/id/598/ (accessed: 16.02.2023). DOI: https://doi.org/10.16997/jdd.326

Karppinen K., Moe H., Svensson J. (2008) Habermas, Mouffe and Political Communication: A Case for Theoretical Eclecticism. *Javnost – The Public* 15 (3): 5–21.

Koch T., Arendt F., Maximilian L. (2017) Media Effects: Cumulation and Duration. In *The International Encyclopedia of Communication*. DOI: 10.1002/9781118783764.wbieme0217

Kolozaridi P. V. (2015) Utopiya i ideologiya v issledovaniyakh Interneta [Utopia and Ideology in Internet Studies]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* 5 (129): 144–158. DOI: 10.14515/monitoring.2015.5.08 (In Russian)

Lake P., Pincus S. (2006) Rethinking the Public Sphere in Early Modern England. *Journal of British Studies* 45 (2): 270–292. DOI: https://doi.org/10.1086/499788

Leydet D. (2021) Ideological Diversity, Intelligibility and Electoral Design: A Deliberative Perspective. *Representation* 57 (3): 297–312. DOI: https://doi.org/10.1080/00344893.2019.1704850

Malina A. (2005) Perspectives on Citizen Democratisation and Alienation in the Virtual Public Sphere. In *Digital Democracy*. London: Routledge. Pp. 37–52.

Margetts H., John P., Hale S., Yasseri T. (2015) *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*. Princeton: Princeton University Press.

Masullo Chen G., Muddiman A., Wilner T., Pariser E., Stroud N. J. (2019) We Should Not Get Rid of Incivility Online. *Social Media+Society* 5 (3): 2056305119862641. DOI: https://doi.org/10.1177/2056305119862641

McCombs M. E., Shaw D. L. (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176–187.

McPherson M., Smith-Lovin L., Cook J. M. (2001) Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology* 27 (1): 415–444. DOI: https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415

Miller M. L., Vaccari C. (2020) Digital Threats to Democracy: Comparative Lessons and Possible Remedies. *The International Journal of Press/Politics* 25 (3): 333–356. DOI: https://doi.org/10.1177/1940161220922323

Misnikov Yu. G. (2013) Internet-diskussii v demokraticheskoy teorii i praktike [Online Discussions in the Democratic Theory and Practice]. *Sotsial'nye seti i virtual'nye setevye soobshchestva* 2013: 100–131. (In Russian)

Moe H. (2008) Dissemination and Dialogue in the Public Sphere: a Case for Public Service Media Online. *Media, Culture & Society* 30 (3): 319–336. DOI: https://doi.org/10.1177/0163443708088790

Mouffe C. (2000) *The Democratic Paradox*. New York: Verso.

Mouffe C. (2017) Democracy as Agonistic Pluralism. In *Rewriting Democracy*. London: Routledge. Pp. 35–45.

Mustafaraj E., Finn S., Whitlock C., Metaxas P. T. (2011) Vocal Minority Versus Silent Majority: Discovering the Opinions of the Long Tail. In *2011 IEEE Third International Conference on Social Computing*. IEEE. Pp. 103–110.

Nakamura L. (2013) *Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet*. London: Routledge. DOI: https://doi.org/10.4324/9780203699188

Newman M. E. (2006) Modularity and Community Structure in Networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 103 (23): 8577–8582. DOI: https://doi.org/10.1073/pnas.0601602103

Noelle Neumann E. (1974) The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion. *Journal of Communication* 24 (2): 43–51. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x

Noelle-Neumann E., Petersen T. (2004) The Spiral of Silence and the Social Nature of Man. In *Handbook of Political Communication Research*. London: Routledge. Pp. 339–356.

Papacharissi Z. (2015) *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press. DOI: https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001

Perse E. M. (2001) *Media Effects and Society*. Taylor & Francis. DOI: https://doi.org/10.4324/9780203854693

Pfetsch B. (2018) Dissonant and Disconnected Public Spheres as Challenge for Political Communication Research. *Javnost – The Public* 25 (1-2): 59–65. DOI: https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1423942

Scheufele D. A., Moy P. (2000) Twenty-Five Years of the Spiral of Silence: A Conceptual Review and Empirical Outlook. *International Journal of Public Opinion Research* 12 (1): 3–28. DOI: 10.1093/ijpor/12.1.3

Semenov E. E. (2022) Virtual'naya publichnaya sfera: defitsit deliberatsii [Virtual Public Sphere: Deliberation Deficit]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura* 10 (102): 81–85. (In Russian)

Singer J. B. (2014). User-Generated Visibility: Secondary Gatekeeping in a Shared Media Space. *New Media & Society* 16 (1): 55–73. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444813477833

Sintomer Y. (2018) From Deliberative to Radical Democracy? Sortition and Politics in the Twenty-First Century. *Politics & Society* 46 (3): 337–357. DOI: https://doi.org/10.1177/0032329218789888

Soares F. B., Recuero R., Zago G. (2018) Influencers in Polarized Political Networks on Twitter. In *Proceedings of the 9th International Conference on Social Media and Society*. Pp. 168–177. DOI: https://doi.org/10.1145/3217804.3217909

Smoliarova A. S., Bodrunova S. S., Blekanov I. S., Maksimov A. (2020). Discontinued Public Spheres? Reproducibility of User Structure in Twitter Discussions on Inter-Ethnic Conflicts. In C. Stephanidis, M. Antona, S. Ntoa (eds.), *HCI International 2020 – Late Breaking Posters. Communications in Computer and Information Science. Vol. 1293*. Cham: Springer. Pp. 262–269.

Smoliarova A. S., Bodrunova S. S., Yakunin A. V., Blekanov I., Maksimov A. (2019) Detecting Pivotal Points in Social Conflicts via Topic Modeling of Twitter Content. In S. S. Bodrunova et al. (eds.) *Internet Science. INSCI 2018 International Workshops, St. Petersburg, Russia, October 24–26, 2018, Revised Selected Papers. Lecture Notes in Computer Science, vol. 11551*. Cham: Springer. Pp. 61–71.

Splichal S. (2021) The Public Sphere in the Twilight Zone of Publicness. *European Journal of Communication* 37 (2): 02673231211061490. DOI: https://doi.org/10.1177/02673231211061490

Toffler A. (1980) *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*. Bantam.

Toffler A. (2022) *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*. Bantam.

Trottier D., Fuchs C. (2014) Theorising Social Media, Politics and the State: An Introduction. In *Social Media, Politics and the State*. London: Routledge. Pp. 15–50.

Venkataraman M., Subbalakshmi K. P., Chandramouli R. (2012) Measuring and Quantifying the Silent Majority on the Internet. In *Proceedings of the 2012 35th IEEE Sarnoff Symposium*. IEEE. Pp. 1–5.

Woolley S. C., Howard P. N. (eds.) (2018) *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. Oxford: Oxford University Press.

Yardi S., Boyd D. (2010) Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization over Time on Twitter. *Bulletin of Science, Technology & Society* 30 (5): 316–327. DOI: https://doi.org/10.1177/0270467610380011

Поступила в редакцию
23.10.2022

Разумова Дарья Валерьевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры новых медиа и теории коммуникации, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия. e-mail: darina0306@gmail.com

КАЧЕСТВЕННОСТЬ И СЕНСАЦИОННОСТЬ В ПОПУЛЯРНЫХ ВИДЕО О ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА НА ПЛАТФОРМЕ *YOUTUBE*[1]

В статье рассматриваются наиболее популярные видео о коронавирусе (свыше 1 млн просмотров), размещенные на платформе Youtube с января 2020 (распространение COVID-19) до февраля 2022 (распространение штамма «Омикрон» в России). Явный интерес аудитории к теме прослеживается в марте–мае 2020 г. Наиболее популярные темы – природа вируса, распространение COVID-19, вакцинация. Часто авторы обращаются к кликбейтным заголовкам. В 22% не указан видеоисточник информации. Проведенный анализ позволяет предполагать высокую частоту применения манипулятивных техник: соответствующие приемы обнаружены в 44% роликов. Наиболее распространенные приемы – апелляция к эмоциям, ложная увязка, тревожная музыка.

***Ключевые слова**: коронавирус, ковид, сенсационность, Youtube, видео.*

Daria V. Razumova, PhD in Philology, Senior Lecturer at the Chair of New Media and Communication Theory, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, e-mail: darina0306@ gmail.com

QUALITY AND SENSATIONALISM IN POPULAR VIDEOS ABOUT THE CORONAVIRUS PANDEMIC ON THE YOUTUBE PLATFORM

The article is devoted to the manipulation techniques in the most popular videos about coronavirus posted on the YouTube platform. The aim of the study is to examine the use of manipulation techniques in videos produced by professional journalists and bloggers. The research methodology is based on content analysis. The sample includes videos with over 1 million views. The time period covers January 2020 (the spread of COVID-19) – February 2022 (the spread of the Omicron variant in Russia). The obvious interest of the audience in the topic of coronavirus is traced in March – May 2020, when the first cases of the disease were recorded in Russia, and then a lockdown was announced. The most popular topics are: the virus itself (what COVID-19 is, how the infection occurs, how it acts when it enters the body), vaccination (the danger of vaccination, possible consequences), the spread of COVID-19. Some authors resort to clickbait headlines and titles. Most of the videos (55%) are informative in nature. In 22% of the materials, the information source is not mentioned. The author of the article makes a conclusion about a fairly high frequency of manipulation techniques (such

techniques are found in 44% of the videos). The most common manipulation techniques are an appeal to emotions, false linkage and alarming music.
***Key words**: coronavirus, COVID-19, sensationalism, YouTube, video.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.123141

Введение

В ежедневном медиапотреблении россиян лидирующие места делят телевидение и интернет-ресурсы, причем уровень доверия к последним плавно увеличивается начиная с 2015 г.[2] В качестве основного источника новостей в Интернете пользователи указывают видеохостинги[3], а новостные видеоролики уступают по популярности разве что фильмам.

Блогеры и СМИ, выкладывающие контент в социальных медиа, предлагают аудитории готовые сценарии интерпретации происходящих событий. Для привлечения внимания используются кликбейтные заголовки, не всегда отражающие содержание. В некоторых случаях видео обладают манипуляционным потенциалом, навязывающим потребителю информации определенные выводы. Под воздействием навязанных образов и смыслов человек может поменять точку зрения, поведенческие практики, даже не осознавая воспринятую им манипуляционную установку. Иногда с этой целью используются и популярные видео, набирающие в социальных медиа миллионы просмотров.

Теория и исследовательские вопросы

В отечественном и зарубежном научном дискурсе систематизированы и детально описаны методы и приемы манипуляции (см.: Данилова, 2009; Дзялошинский, 2005; Доценко, 2003; Кара-Мурза, 2004; Почепцов, 2015; Хомски (Chomsky), 1997 и др.). Классический «набор» приемов включает навешивание ярлыков, обобщение, перенос, ссылку на авторитеты, свидетельства, игру в простонародность, «фургон с оркестром»[4]. С развитием технологий этот перечень корректировался, в него добавлялись новые приемы, например информационное табу, информационный мусор, использование алогичных тезисов, апелляция к эмоциям и др. (Вирен, 2017) Современные исследователи выделяют специфические приемы манипуляции (в том числе речевой) в аудиовизуальных СМИ и в блогах, включающие разоблачение против-

ника, контраргументацию, повтор слов противника с целью привлечения внимания аудитории (Петрова, 2019).

Приемы манипуляции воздействуют на эмоции человека и, предлагая готовые образы, формируют необходимые установки и модели поведения. Одним из самых эффективных средств воздействия являются пугающие темы и сообщения, причем для усиления эффекта используется такой элемент, как угроза – например, угроза жизни, безопасности и др. (Дзялошинский, 2005: 39) Вот и распространение вируса *COVID-19* трактовалось как угроза жизни и здоровью, приводящая к изменению привычных повседневных практик, обусловливающая фактор неясности будущего.

Медиасобытие глобального масштаба монополизировало внимание аудитории: люди следили за распространением вируса в буквальном смысле в режиме реального времени, что стимулировало инфодемию – беспрецедентное увеличение числа фейковых новостей (Garc a-Sais , Marti, Brooks, Curioso, Gonz lez, Malek et al., 2021). Беспрецедентность происходящего способствовала формированию отдельного кластера исследований, изучающих распространение фейков о *COVID-19* (O'Connor, Murphy, 2020; Акименко, Начева, Лопатин, Селедцов, Кирина, 2021; Гурочкина, Макурова, 2021; Федоров, Левицкая, Новиков, 2021). Информация о *COVID-19*, опубликованная в социальных медиа, вызывала у пользователей страх и панику (Shehata, Abdeldaim, 2022), а часто даже и плохое физическое самочувствие (Elbarazi, Saddik, Grivna, Aziz, Elsori et al., 2022).

Таким образом, изучение приемов манипуляции в социальных медиа предстает важной исследовательской задачей, особенно с учетом манипулятивного потенциала соцсетей, их сильного воздействия на эмоциональное состояние аудитории, В качестве материала для анализа были выбраны наиболее популярные видео, опубликованные на платформе *Youtube*, поскольку здесь профессиональные видео, созданные СМИ, конкурируют с любительскими, а значит, контентмейкером может стать кто угодно. Были сформулированы следующие исследовательские вопросы:

ИВ1: Приводит ли возможность для любого пользователя размещать контент на видеохостинге к высокому числу манипуляций?

ИВ2: Кто чаще обращается к приемам манипуляции – СМИ или блогеры, не имеющие журналистского бэкграунда?

ИВ3: Какие приемы манипуляции чаще используются в видеороликах? (Мы предполагаем, что СМИ чаще обращаются к драматизации, а блогеры – к дезинформации, поскольку не обладают навыками профессионального фактчекинга)

Методика

Для проведения исследования применялся метод контент-анализа. Период исследования – с января 2020 (начало распространения COVID-19 по февраль 2022 г. (распространение штамма «Омикрон» в России).

Отбор видео осуществлялся по ключевым словам: коронавирус, вирус, ковид, *COVID-19*, зараза, омикрон, дельта, пандемия, карантин, самоизоляция, локдаун, вакцина. В выборку включались видео, набравшиеся свыше миллиона просмотров, т. е. потенциально оказавшие влияние на большую аудиторию. Затем из сформированного списка были исключены видео развлекательного характера (мультипликационные и художественные фильмы, выступления комиков и летсплеи), а также записи упражнений по дыхательной гимнастике. В итоговую выборку вошли 85 видео. Хронометраж – от 41 секунды до 2 часов. Среднее число просмотров – 2,6 млн, лайков – 91,8 тысяч, комментариев – 8,9 тысяч. У 10% видео комментарии отключены.

Анализ проводился по следующим критериям: характер видео, жанр, аспект темы, источник информации, коннотация, персона/организация (упоминаемые в ролике), приемы манипуляции. На уровне аудио- и видеоряда включались такие категории, как совпадение или несовпадение видеоряда с закадровым текстом, наличие акцентных крупных планов, акцентных повторов кадров, ускорение или замедление видео для обращения внимания зрителя на какую-то деталь, интонация в закадровом тексте, музыка для создания определенного настроения, использование естественных выразительных шумов.

Результаты

Большинство популярных видео (69%) были опубликованы в 2020 г., в то время как на 2021 и 2022 гг. приходится – 27% и 4% соответственно. Причем можно обнаружить (см. рис. 1), что явный интерес аудитории к теме коронавируса прослеживается в марте–мае 2020 г., когда первые случаи заболевания были зафиксированы в России, а затем был введен локдаун. Подобный всплеск объясняется тем, что аудитория столкнулась с ранее не известным ей заболеванием и нуждалась в информации. Конечно, традиционные СМИ активно освещали тему коронавируса, но, очевидно, аудитория нуждалась либо в большем количестве информации, либо в информации иного качества. По данным «Медиаскопа», в период самоизоляции выросло время использования Интернета во всех

возрастных категориях, пользователи значительно больше читали и смотрели новости, причем потом медиапотребление нормализировалось: например, если в апреле новостные ресурсы каждый день посещали около 14% россиян, то в июле – порядка 9%, как в начале года[5]. Причем что касается информационной повестки, то все больше россиян смотрело в Интернете именно новостные видео.

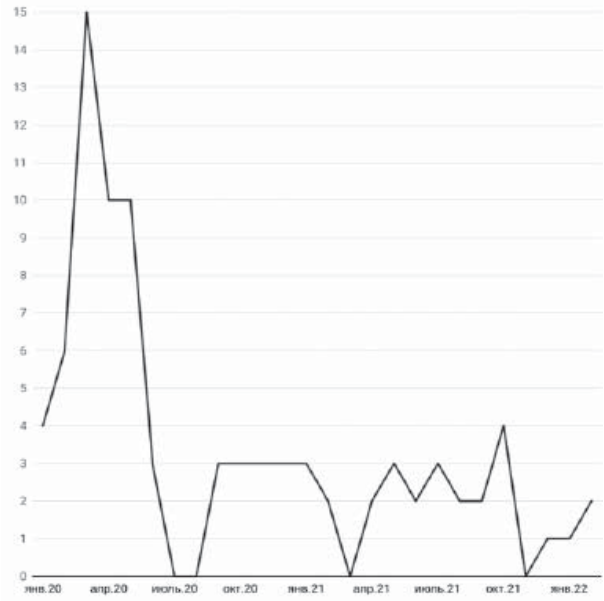


Рисунок 1. Наиболее популярные видео о коронавирусе по дате загрузки на Youtube

Новости, таким образом, стали одной из наиболее востребованных тем на *Youtube*. Если же мы обратимся к тематике видео (см. рис. 2), то обнаружим, что российских пользователей по большей части интересовали ролики о самом вирусе (что такое коронавирус, как происходит заражение, как он действует при попадании в организм, чем опасен для человека), вакцинации (стоит или не стоит делать, опасность вакцинации, возможные последствия), распространении *COVID-19* (в том числе в отдельных странах) и о мерах защиты. Преобладание этой тематики соотносится со всплеском интереса к коронавирусу весной 2020 г. (аудитории необходимо понять, что это такое) и с рекомендацией пройти вакцинацию летом 2021 г., с введением *QR*-кодов для вакцинированных (аудитории нужно принять решение о вакцинации).

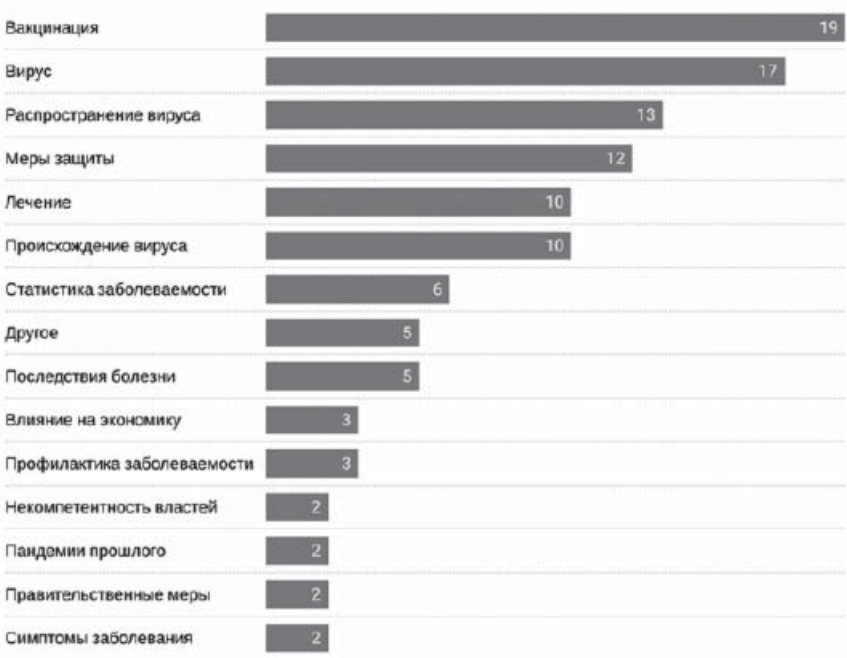


*Рисунок 2. Тематика наиболее популярных видео о коронавирусе на Youtube (n=111)**

* в одном видео могли затрагиваться несколько тем

Изменение тематических приоритетов наблюдается в разные «волны» распространения вируса (см. табл. 1). Мы разделили рассматриваемый период на несколько отрезков в зависимости от ключевых событий и введения различных ограничительных мер:

1) январь–май 2020 (начало распространения вируса, период выходных дней в России, локдаун);

2) июнь–декабрь 2020 (частичное ослабление ограничительных мер, отмена локдауна, вторая волна распространения вируса в России, начало вакцинации против *COVID-19*);

3) январь–май 2021 (распространение дельта-штамма, третья волна распространения вируса в России, вакцинация в регионах России);

4) июнь–декабрь 2021 (введение *QR*-кодов для посещения общественных мест и обязательной вакцинации для отдельных категорий граждан, четвертая волна распространения вируса в России, введение нерабочих дней);

5) январь–февраль 2022 (распространение омикрон-штамма, пятая волна распространения вируса в России).

Тематические приоритеты напрямую зависят от особенностей того иного периода: на начальном этапе аудиторию в большей степени интересовало, что такое коронавирус, как он распространяется и какие меры помогут от него защититься. Во втором периоде не наблюдается четко выраженного тематического предпочтения, что объясняется общим ослаблением противоковидных мер и желанием аудитории вернуться к привычному ритму жизни. Тема вакцинации во втором периоде еще не стала ведущей в популярных видео о коронавирусе, поскольку о начале вакцинации было объявлено только в декабре 2020 г., а в третьем и в четвертом периодах эта тема превалировала из-за интенсификации вакцинации, а также введения *QR*-кодов для посещения общественных мест. В пятом периоде не зафиксирована лидирующая тема, поскольку общее число видео, набравших свыше 1 млн просмотров, достаточно мало (3 видео) и все они посвящены омикрон-штамму: его особенностям, быстрому распространению и правительственным мерам по преодолению пятой волны.

Таблица 1

Тематика постов в разные периоды исследования *(n=111)*

Период / Тема	I период	II период	III период	IV период	V период
Вирус	11	2	2	3	1
Вакцинация	0	2	6	9	0
Меры защиты	9	3	0	0	0
Распространение вируса	9	0	0	2	2
Лечение	1	3	1	4	1
Происхождение вируса	7	0	1	2	0
Статистика заболеваемости	5	0	1	0	0
Последствия болезни	0	3	1	1	0
Влияние пандемии на экономику	3	0	0	0	0
Действия властей	2	0	0	0	0
Пандемии прошлого	2	0	0	0	0
Профилактика заболеваемости	2	1	0	0	0
Правительственные меры	1	0	0	0	1
Симптомы заболевания	1	1	0	0	0
Другое	2	1	2	0	0

Видео о *COVID-19*, загруженные на *Youtube*, носят преимущественно информационный характер (см. рис. 3). Это объясняется тем, что: во-первых, аудитории нужно было рассказать, что такое

коронавирус, во-вторых, значительное количество популярных роликов представляют собой целые выпуски новостей, отрывки прямого эфира, сюжеты корреспондентов, снятые традиционными телеканалами. Из 85 проанализированных видео 33 опубликованы СМИ и профессиональными журналистами и еще 9 – блогерами, обладающими телевизионным бэкграундом. Получается, что среди авторов наиболее популярных видео о коронавирусе соотношение журналисты/не-журналисты почти 1:1.

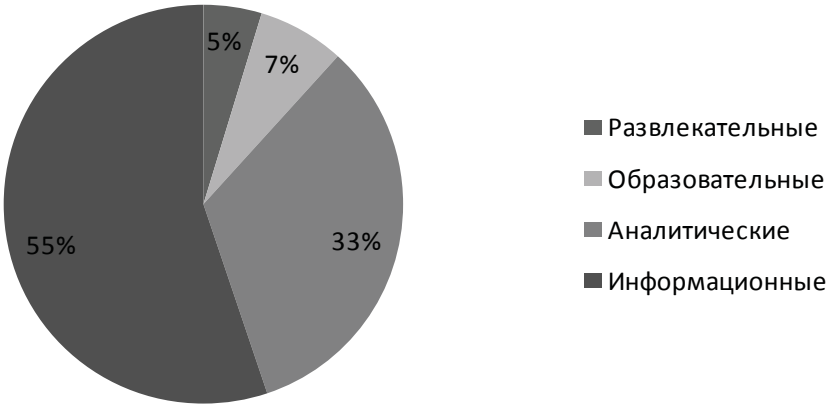


Рисунок 3. Характер видео о коронавирусе на Youtube

При анализе жанрового разнообразия видео, загруженных на *YouTube*, мы предложили собственную классификацию, поскольку еще не сложилась общепринятая система жанров сетевого видеоконтента. Мы опирались на следующие классификации медиаисследователей:

Новостной блог, обзор, интервью, топ, разговорное видео, влог, интернет-шоу, летсплей, пранк, скетч, видеореакция, социальный и др. эксперимент (Круглова, Чобанян, Щепилова, 2020: 50).

Обзор новостей, интервью, гайд, опрос, трэвел-видео, политический блог, лайфхак, бьюти, образовательное видео, мотивирующее видео, пранк, лайфстайл, шоу, ответ, челлендж, скетч, теория, игровой жанр, социальный эксперимент, троллинг-интервью, обзор вирусных видео, обзор кино, летсплей и пр. (Щепилова, Огурцова, 2021: 796)

Обзор, летсплей, пранк, обучающее видео, влог, шоу, диалог, гайд, челлендж, скетч и пр. (Текутьева, 2016: 108)

Видеообзор, летсплей, пранк, обучающее видео, влог, интервью, интернет-шоу, реакция, гайд, вопрос-ответ, скетч и пр. (Лущиков, Терских, 2018: 58–59)

Бьюти-блог, скетчшоу, топ, лайфхак, обзор, пранк, вызов, сравнение, хейтинг, новости, образ жизни, летсплей, стрим и пр. (Бычкова, 2019: 129)

Из указанных классификаций мы исключили те позиции, которые представляются нам не жанрами, а тематическим направлением (например, бьюти-блог, образ жизни, музыкальные видео и т. п.). Также оговоримся, что под влогом мы пониманием разговорные видео, в которых блогеры представляют рассуждения о собственной жизни или о событиях, происходящих в мире. Поскольку в нашей выборке есть как видео, опубликованные блогерами, так и ролики, подготовленные профессиональными журналистами, то к выделенным нами жанрам видеоблогов мы добавили традиционные жанры телевизионной журналистики (сюжет, специальный репортаж, документальный фильм, ток-шоу), ведь для эфирного телевидения и для *Youtube* (дополнительная площадка для распространения контента) видео не снимаются отдельно.

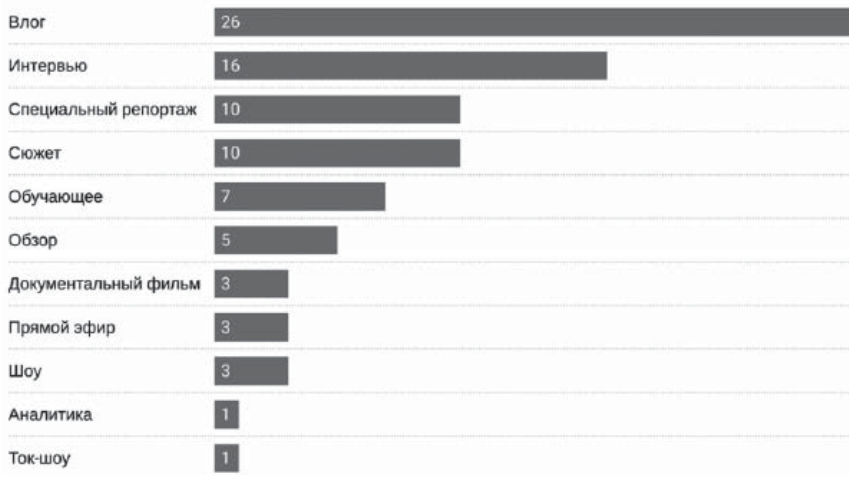


Рисунок 4. Жанры видео о коронавирусе на Youtube

Отметим, что предложенная классификация (см. рис. 4) не является окончательной, поскольку она не охватывает все разнообразие видео, публикуемых на *Youtube*, и не включает такие популярные жанры, как, например, летсплей, пранк, стрим и скетч, что обусловлено выборкой исследования и тематикой видео. Отдельного осмысления требует и жанровая классификация сетевого видеоконтента, что выходит за рамки задач данной статьи.

При изучении приемов манипуляции важным является изучение источников информации, на которые ссылаются авторы популярных роликов. Контент-анализ показал (см. рис. 5), что в каждом четвертом видео авторы обращаются к врачам, причем не только к медийным персонам, но и к рядовым специалистам. Примечательно, что в 22% видео вообще отсутствует источник информации, что не позволяет зрителям проверить ее истинность. Причем источник информации отсутствует не только в образовательных видео (как носить маску, как мыть руки), но и в аналитических и информационных (сравнение коронавируса с эпидемиями прошлого, в т. ч. с чумой, неподготовленность системы здравоохранения к пандемии). Зачастую во влогах врачей также не дается ссылки на источник информации, например на исследования или на экспериментальные протоколы лечения, а частное мнение выдается как факт, что является приемом манипуляции. Отсутствие источников на начальном этапе (январь–май 2020) можно объяснить информационным вакуумом, когда достоверной информации о появившемся вирусе было недостаточно. Примечательно, что источник информации, как правило, отсутствует в видео, авторами которого являются блогеры, доктора, бизнесмены и другие, в то время как СМИ и блогеры с телевизионным бэкграундом всегда ссылаются на конкретный источник информации. Не указан источник у 56% авторов-не-журналистов.

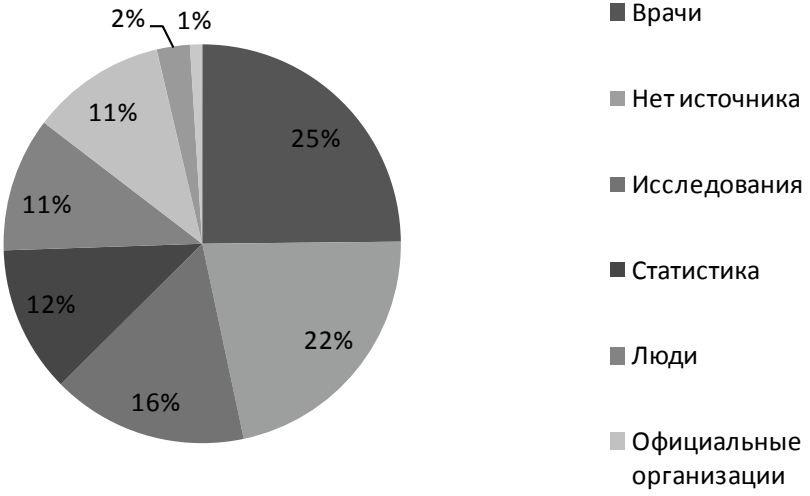


Рисунок 5. Источники информации в видео о коронавирусе на Youtube (n=109)

Если говорить об оценочности видео, то почти половина роликов (51%) носит нейтральный характер, отрицательный – 44%, положительный – всего 5%. Положительно окрашенные видео – это ролики, в которых детей в игровой форме учат соблюдать меры защиты. Достаточно часто – чтобы привлечь внимание аудитории и собрать просмотры – используются кликбейтные заголовки. В таких случаях содержание видео не всегда полностью соответствует названию.

Анализ видеороликов о коронавирусе также показал, что в наиболее популярных приемы манипуляции встречаются часто: они были обнаружены в 40% видео. Если систематизировать приемы, которые используют авторы, то получится, что основными являются апелляция к эмоциям, ложная увязка и тревожное музыкальное сопровождение (рис. 6).

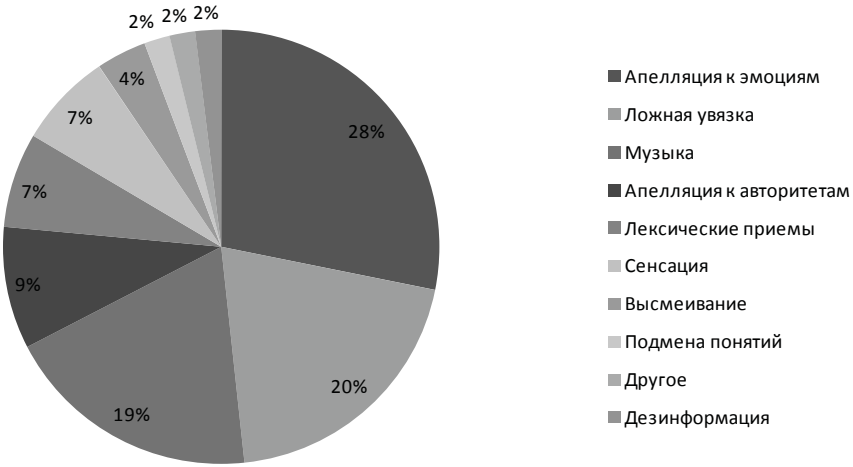


Рисунок 6. Приемы манипуляции, используемые в наиболее популярных видео о коронавирусе на YouTube

Апелляция к эмоциям воздействует на подсознание. На визуальном уровне это может проявляться в использовании монтажных фраз, состоящих из кадров, нагнетающих тревогу. Например: человек в лихорадке, другой человек идет по улице и внезапно падает на землю, полицейские заводят человека в машину скорой помощи, пустынные, безлюдные улицы крупных городов. Подобный видеоряд создает образ мощного вируса, перед которым бессильно человечество. Некоторые авторы прямо проговаривают эту мысль в закадровом тексте. Эмоции, к которым апеллировали авторы, связаны, прежде

всего, с тревогой и страхом. Исследователи (Адамьянц, 2016: 124) подобный прием связывают с интенцией «все плохо», пробуждающей беспокойство, недоверие и другие негативные ощущения.

Музыка и шумы – средства экранной выразительности, присущие традиционному телевидению, – в сетевом видеоконтенте зачастую используются как прием манипуляции. Тревожная музыка усиливает восприятие пугающих сообщений, создает эмоциональный фон, как бы подталкивает аудиторию к необходимому настроению. Музыка, используемая не как нейтральный фон, а как средство воздействия, была обнаружена в 19% видео (от числа тех, в которых обнаружены приемы манипуляции). Благодаря музыке эффект тревожности усиливается. На создание подобной атмосферы работает и интонация, с которой начитывается закадровый текст в некоторых видео.

Ложная увязка применяется, когда из аргументации делается вывод, не соотносящийся с ней. К этому приему блогеры обращались достаточно часто. Другой популярный прием манипуляции – представление частного мнения как общепринятого, а в видеороликах о коронавирусе частное мнение нередко преподносится как бесспорное. Эксплуатируются и лексические приемы использования метафор, а также навешивания ярлыков. Кроме того, ряд видео, в которых были обнаружены приемы манипуляции, обращается к теориям заговора. В их основе лежит предположение об искусственной природе происхождения *COVID-19*. Тезис о лабораторном происхождении вируса представляется как не подвергающийся сомнению, а аргументы, оспаривающие это, отметаются.

Теории заговора являются следствием инфодемии, что подтверждается эмпирическими данными (Kowalski et al., 2020). Причем источником их и основным каналом распространения выступают социальные медиа, а ключевую роль в этом играет в том числе *Youtube* (Землянский, 2021 а).

Если мы посмотрим, кто чаще обращался к манипуляционным приемам (тревожная музыка, ложная увязка, апелляция к эмоциям), то обнаружим, что это 38% блогеров и 18% блогеров с телевизионным бэкграундом.

Выводы

Распространение вируса *COVID-19* – тема, вызывавшая повышенный интерес со стороны как аудитории, так и производителей контента. «Горячая» тема потенциально могла стать релевантным поводом для манипуляций, поскольку при большом интересе к коронавирусу до-

стоверной информации о его природе, распространении и лечении заболевания, вызванного им, на начальном этапе было недостаточно.

Пик интереса к теме коронавируса приходится на март–май 2020 г., когда в России началась первая волна заболеваемости и был объявлен период выходных дней. Затем интерес резко снижается и периодически незначительно увеличивается лишь в связи с новыми «волнами» *COVID-19* в России и вакцинацией. Кроме того, было выявлено, что тематические приоритеты напрямую зависят от особенностей периода: на пике пандемии аудиторию в большей степени интересовало, что такое коронавирус, как он распространяется и какие меры помогут от него защититься; в периоды третьей и четвертой волны – вакцинация.

Характер русскоязычных видео о коронавирусе преимущественно информационный, а наиболее популярные жанры – влог и интервью, что объясняется не только популярностью формата интервью[6], но и особенностями медиасобытия. Появление и активное распространение ранее неизвестного вируса, безусловно, интересовало людей, а достоверной детальной информации о *COVID-19* на первом этапе не хватало, не было данных об исследованиях. Интервью с врачами, вирусологами были тем форматом, который опирается на авторитетный источник, потенциально обладающий релевантными знаниями о предмете. Влог же был популярен благодаря наблюдениям за распространием вируса, а также выступлениям врачей с рекомендациями по лечению и мерам защиты.

Именно врачи были ключевым источником информации в популярных видео (имеются в виду видео, авторами которых не являются медийные доктора), причем не только известные медики, но рядовые специалисты. Примечательно, что почти в каждом пятом любительском видео (22%) источник информации вообще отсутствует, в то время как СМИ и блогеры с телевизионным бэкграундом всегда ссылаются на конкретный источник. Похожие данные получили исследователи СПбГУ, отметившие, что в начале пандемии не специалисты по инфекционно-респираторным заболеваниям делали громкие заявления, не основанные на эмпирических данных (Ли, 2021: 66–67).

Приемы манипуляции были обнаружены в 40% видео. В ходе контент-анализа выделены следующие приемы манипуляции: апелляция к эмоциям, ложная увязка, музыкальное сопровождение, апелляция к авторитетам, представление частного мнения как общепринятого, высмеивание, подмена понятий, лексические приемы. Сопоставляя полученные данные с результатами иссле-

дования российских политологов, отметим, что выделенные приемы не совпадают: авторы называют «событийные, количественные и качественные фейки, тиражирование материалов в стиле "власть скрывает правду"; тенденциозное освещение событий с привлечением политически ангажированных лидеров мнений; установление ложных причинно-следственных связей между подлинными событиями и явлениями» (Фельдман, Фарниев, Миронов, 2021: 687). Различие выделенных приемов манипуляции объясняется несходством выборки исследования.

Превалирование апелляции к эмоциям коррелируется с особенностями распространения контента в Интернете: контент, вызывающий беспокойство или гнев, распространяется гораздо шире, чем бесстрастный (McDougall, Zezulkova, van Driel, Sternadel, 2018: 41). Эмоции тревоги и страха, к которым апеллировали авторы, соотносятся с общим уровнем тревожности у населения России, который в период первой волны пандемии фиксировали социологи: после 15 марта 2020 г. произошел резкий скачок уровня тревожности, который вернулся к допандемийным показателям в конце июня 2020 г.[7]

Мы предполагали, что СМИ чаще будут обращаться к драматизации, а блогеры – к дезинформации. Контент-анализ показал, что фейки практически не встречаются (менее 1% от общего числа видео, содержащих приемы манипуляции). Между тем, по данным Роскомнадзора, именно *Youtube* является площадкой, которая в 2020 г. лидировала среди иностранных ресурсов по числу фейков о коронавирусе[8]. Мы связываем это с тем, что в 2020 г. были приняты поправки в Уголовный кодекс РФ, запрещающие распространение недостоверной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и здоровью граждан, – фейки блокировались и затем удалялись, поэтому к моменту проведения исследования ни один популярный ролик с недостоверной информацией не остался в открытом доступе на этой площадке. Что касается драматизации, то она также встречается менее чем в 1% видео (включена в категорию «Другое»).

Намечая контуры будущего исследования отметим, что изучение приемов манипуляции необходимо рассматривать также в контексте эффекта, который они оказывают на поведение аудитории. Подобную эмпирику пока удалось собрать только ирландским психологам, которые выявили интенцию пить больше кофе, после того как люди услышали новость, что употребление более

трех чашек кофе в день якобы снижает вероятность более тяжелых симптомов коронавируса (Greene, Murphy, 2021). Отличается ли реакция российской аудитории – вопрос открытый.

Примечания

[1] Исследование выполнено при поддержке Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского университета «Сохранение мирового культурно-исторического наследия».

[2] Источники информации. Интернет // ФОМ. Режим доступа: https://fom.ru/SMI-i-internet/14689 (дата обращения: 12.03.2022).

[3] Там же.

[4] Приемы в 1930-е гг. выделил Институт анализа пропаганды (Institute for Propaganda Analysis). Список приемов цитируется по: Sproule J. (2001) Authorship and Origins of the Seven Propaganda Devices: A Research Note. *Rhetoric & Public Affairs* 4: 135–143. DOI: 10.1353/rap.2001.0014

[5] Mediascope представила данные об аудитории интернета в России // Медиаскоп. Режим доступа: https://mediascope.net/news/1209287/ (дата обращения: 09.03.2022).

[6] *Грибук Я.* Какие тренды в мировом и российском Youtube возникли в 2020 году // Rusbase. Режим доступа: https://rb.ru/opinion/trendy-v-youtube/ (дата обращения: 27.02.22).

[7] Доминанты. Поле мнений. Социологический бюллетень. Опрос: неделя № 26. Выпуск: 2 июля 2020 года. С. 11. Режим доступа: https://media.fom.ru/fom-bd/d262020.pdf (дата обращения: 01.03.2022).

[8] YouTube стал лидером по распространению фейков в России // РИА Новости. Режим доступа: https://ria.ru/20201222/youtube-1590318247.html (дата обращения: 27.02.22).

Библиография

Адамьянц Т. З. Латентные технологии информационных войн и «двойных стандартов» // Социологические исследования. 2016. № 12. С. 123–127.

Акименко Г. В., Начева А. А., Лопатин А. А., Селедцов А. М., Кирина Ю. Ю. Инфодемия: фейковые новости в условиях пандемии. // Вестн. общественных и гуманитарных наук. 2021. Т. 2. № 3. С. 43–52.

Бычкова М. Б. Современный видеоблог: причины популярности и жанровое многообразие // Вестн. Твер. гос. ун-та. Сер.: Филология. 2019. № 1 (60). С. 127–131.

Вирен Г. Современные медиа: приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2017.

Гурочкина А. Г., Макурова Д. А. Медиафейки в информационном пространстве коронавирусной пандемии // Вопросы когнитивной лингвистики. 2021. № 3. С. 67–74. DOI: 10.20916/1812-3228-2021-3-67-74

Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет; Изд-во КДУ, 2009.

Данкова Н. С., Крехтунова Е. В. Репрезентация пандемии в СМИ: метафорический образ войны (на материале американских газет) // Научный диалог. 2020. № 8. С. 69–83. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-8-69-83

Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2005. № 1. С. 29–54.

Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: Речь, 2003.

Землянский А. В. (а) Практика инфодемии: теории «коронавирусного» заговора, их циркуляция и разоблачение в СМИ // Наука и школа. 2021. № 3. С. 51–61. DOI: 10.31862/1819-463X-2021-3-51-61

Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2004.

Круглова Л. А., Чобанян К. В., Щепилова Г. Г. Видео в онлайн: структура, контент, монетизация. М.: Аспект Пресс, 2020.

Ли И. "Пандемия" дезинформации в СМИ о COVID-19 // Вестн. Кабардино-Балкар. гос. ун-та: Журналистика. Образование. Словесность. 2021. Т. 1. № 1. С. 64–73. DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.006.

Лущиков В. А., Терских М. В. Жанрово-тематические и языковые особенности видеоблогов // Вестн. Тамбов. ун-та. Сер.: Общественные науки. 2018. Т. 4. № 14. С. 57–75.

Петрова М. В. Тактики речевой контрманипуляции в российских политических видеоблогах // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 3. С. 625–639. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).625-639.

Почепцов Г. Г. Информационные войны. Новый инструмент политики. М: Эксмо, 2015.

Текутьева И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. С. 107–113.

Федоров А. В., Левицкая А. А., Новиков А. С. Коронавирус как источник медийных манипуляций // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2020. № 2. С. 69–80.

Фельдман П. Я., Фарниев С. А., Миронов С. И. Теоретико-прикладные аспекты применения манипулятивных политических технологий в условиях информационной войны (на примере пандемии COVID-19) // Вопросы политологии. 2021. № 3. Т. 11. С. 686–694. DOI: 10.35775/PSI.2021.67.3.010

Щепилова Г. Г., Огурцова В. С. Рекламные возможности блогосферы на платформе *YouTube* // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 4. С. 792–806. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(4).792-806

Chomsky N. (1997) *Media Control. The Spectacular Achievments of Propaganda*. New York.

Elbarazi I., Saddik B., Grivna M., Aziz F., Elsori D., Stip E., Bendak E. (2022) The Impact of the COVID-19 "Infodemic" on Well-Being: A Cross-Sectional Study. *J Multidiscip Healthc* 15: 289–307. DOI: 10.2147/JMDH.S346930

García-Saisó S., Marti M., Brooks I., Curioso W., González D., Malek V. et al. (2021) The COVID-19 Infodemic. *Rev Panam Salud Publica* 45: e56. DOI: https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.56

Greene C. M., Murphy G. (2021) Quantifying the Effects of Fake News on Behavior: Evidence From a Study of COVID-19 Misinformation. *Journal of Experimental Psychology* 27 (4): 773–784. DOI: http://dx.doi.org/10.1037/xap0000371

Kowalski J., Marchlewska M., Molendab Z., Górska P., Gawęda Ł. (2020) Adherence to Safety and Self-Isolation Guidelines, Conspiracy and Paranoia-Like Beliefs during COVID-19 Pandemic in Poland — Associations and Moder-

ators. *Psychiatry Research* 294: 113540. DOI: https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.113540

McDougall J., Zezulkova M., van Driel B., Sternadel D. (2018) Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education. In *NESET II report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2766/613204

O'Connor C., Murphy M. (2020) Going viral: Doctors must tackle fake news in the COVID-19 pandemic. *BMJ* 369: m1587. DOI: https://doi.org/10.1136/bmj.m1587 прописные буквы

Shehata W. M., Abdeldaim D. E. (2022) Social media and spreading panic among adults during the COVID-19 pandemic. *Egypt. Environ Sci Pollut Res Int* 29 (16): 23374–23382. DOI: 10.1007/s11356-021-17580-6

Notes

Dominanty. Pole mneniy. Sotsiologicheskiy byulleten'. Opros: nedelya № 26. Vypusk: 2 iyulya 2020 goda [Dominants. The field of opinions. Sociological bulletin. A survey: week № 26. Issue: July 2, 2020]. P. 11. Available at: https://media.fom.ru/fom-bd/d262020.pdf (accessed: 01.03.2022).

Gribuk Ya. Kakie trendy v mirovom i rossiyskom YouTube voznikli v 2020 godu [Which trends in global and Russian YouTube emerged in 2020]. *Rusbase*. Available at: https://rb.ru/opinion/trendy-v-youtube/ (accessed: 27.02.22).

Istochniki informatsii. Internet. FOM [Information sources. The Internet. The Public Opinion Foundation]. Available at: https://fom.ru/SMI-i-internet/14689 (accessed: 12.03.2022).

Mediascope predstavila dannye ob auditorii interneta v Rossii [Mediascope presented the data on the Internet audience in Russia]. *Mediascope*. Available at: https://mediascope.net/news/1209287/ (accessed: 09.03.2022).

Sproule J. (2001) Authorship and Origins of the Seven Propaganda Devices: A Research Note. *Rhetoric & Public Affairs* 4: 135–143. DOI: 10.1353/rap.2001.0014

YouTube stal liderom po rasprostraneniyu feykov v Rossii [YouTube leads Russia in distributing fakes]. *RIA Novosti*. Available at: https://ria.ru/20201222/youtube-1590318247.html (accessed: 27.02.22).

References

Adam'yants T. Z. (2016) Latentnye tekhnologii informatsionnykh voyn i "dvoynykh standartov" [Latent Technologies of Information Wars and Double Standards]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 12: 123–127. (In Russian)

Akimenko G. V., Nacheva A. A., Lopatin A. A., Seledtsov A. M., Kirina Yu. Yu. (2021) Infodemiya: feykovye novosti v usloviyakh pandemii [Infodemic: Fake News in the Context of the Pandemic]. *Vestn.ik obshchestvennykh i gumanitarnykh nauk* 2 (3): 43–52. (In Russian)

Bychkova M. B. (2019) Sovremennyy videoblog: prichiny populyarnosti i zhanrovoe mnogoobrazie [A Modern Video Blog: Popularity Reasons and Genre Diversity]. *Vestn. Tversk. gos. un-ta. Ser.: Filologiya* 1 (60): 127–131. (In Russian)

Chomsky N. (1997) *Media Control. The Spectacular Achievments of Propaganda*. New York.

Danilova A. A. (2009) *Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoy informatsii* [Word Manipulation in Mass Media]. Moscow: Dobrosvet Publ.; KDU Publ. (In Russian)

Dankova N. S., Krekhtunova E. V. (2020) Reprezentatsiya pandemii v SMI: metaforicheskiy obraz voyny (na materiale amerikanskikh gazet) [Representation of the Pandemic in Mass Media: the Metaphorical Image of War (a case study of American newspapers)]. *Nauchnyy dialog* 8: 69–83. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-8-69-83 (In Russian)

Dotsenko E. L. (2003) *Psikhologiya manipulyatsii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita* [Psychology of Manipulation: Phenomena, Mechanisms and Protection]. Moscow: Rech' Publ. (In Russian)

Dzyaloshinskiy I. M. (2005) Manipulyativnye tekhnologii v mass-media [Manipulation Technologies in Mass Media]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 29–54. (In Russian)

Elbarazi I., Saddik B., Grivna M., Aziz F., Elsori D., Stip E., Bendak E. (2022) The Impact of the COVID-19 "Infodemic" on Well-Being: A Cross-Sectional Study. *J Multidiscip Healthc* 15: 289–307. DOI: 10.2147/JMDH.S346930

Fedorov A. V., Levitskaya A. A., Novikov A. S. (2020) Koronavirus kak istochnik mediynykh manipulyatsiy [Coronavirus as a Source of Media Manipulations]. *Crede Experto: transport, obshchestvo, obrazovanie, yazyk* 2: 69–80. (In Russian)

Fel'dman P. Ya., Farniev S. A., Mironov S. I. (2021) Teoretiko-prikladnye aspekty primeneniya manipulyativnykh politicheskikh tekhnologiy v usloviyakh informatsionnoy voyny (na primere pandemii COVID-19) [The Theoretical and Applied Aspects of Using Manipulative Political Technologies in the Context of the Information War (a case study of the COVID-19 pandemic)]. *Voprosy politologii* 11 (3): 686–694. DOI: 10.35775/PSI.2021.67.3.010 (In Russian)

García-Saisó S., Marti M., Brooks I., Curioso W., González D., Malek V. et al. (2021) The COVID-19 Infodemic. *Rev Panam Salud Publica* 45: e56. DOI: https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.56

Greene C. M., Murphy G. (2021) Quantifying the Effects of Fake News on Behavior: Evidence from a Study of COVID-19 Misinformation. *Journal of Experimental Psychology* 27 (4): 773–784. DOI: http://dx.doi.org/10.1037/xap0000371

Gurochkina A. G., Makurova D. A. (2021) Mediafeyki v informatsionnom prostranstve koronavirusnoy pandemii [Media Fakes in the Information Space of the Coronavirus Pandemic]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki* 3: 67–74. DOI: 10.20916/1812-3228-2021-3-67-74 (In Russian)

Kara-Murza S. G. (2004) *Manipulyatsiya soznaniem* [Consciousness Manipulation]. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian)

Kowalski J., Marchlewska M., Molendab Z., Górska P., Gawęda Ł. (2020) Adherence to Safety and Self-Isolation Guidelines, Conspiracy and Paranoia-Like Beliefs During COVID-19 Pandemic in Poland — Associations and Moderators. *Psychiatry Research* 294: 113540. DOI: https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.113540

Kruglova L. A., Chobanyan K. V., Shchepilova G. G. (2020) *Video v onlayn: struktura, kontent, monetizatsiya* [Online Videos: Structure, Content and Monetization]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Li I. (2021) “Pandemiya” dezinformatsii v SMI o COVID-19 [“Pandemic” of Misinformation on COVID-19 in Mass Media]. *Vestn. Kabardino-Balkarsk. gos. un-ta: Zhurnalistika. Obrazovanie. Slovesnost’* 1 (1): 64–73. DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.006 (In Russian)

Lushchikov V. A., Terskikh M. V. (2018) Zhanrovo-tematicheskie i yazykovye osobennosti videoblogov [Genre, Thematic and Linguistic Characteristics of Video Blogs]. *Vestn. Tambovsk. un-ta. Ser.: obshchestvennye nauki* 4 (14): 57–75. (In Russian)

McDougall J., Zezulkova M., van Driel B., Sternadel D. (2018) Teaching Media Literacy in Europe: Evidence of Effective School Practices in Primary and Secondary Education. In *NESET II report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2766/613204

O’Connor C., Murphy M. (2020) Going Viral: Doctors Must Tackle Fake News in the COVID-19 Pandemic. *BMJ* 369: m1587. DOI: https://doi.org/10.1136/bmj.m1587

Petrova M. V. (2019) Taktiki rechevoj kontrmanipuljacii v rossijskih politicheskih videoblogah [Tactics of Speech Counter-Manipulation in Russian Political Video Blogs]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 8 (3): 625–639. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).625-639 (In Russian)

Pocheptsov G. G. (2015) *Informatsionnye voyny. Novyy instrument politiki* [Information Wars. A New Political Tool]. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian)

Shchepilova G. G., Ogurtsova V. S. (2021) Reklamnye vozmozhnosti blogosfery na platforme YouTube [Advertising Opportunities of the Blogosphere on the YouTube Platform]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 10 (4): 792–806. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(4).792-806 (In Russian)

Shehata W. M., Abdeldaim D. E. (2022) Social Media and Spreading Panic Among Adults During the COVID-19 Pandemic. *Egypt. Environ Sci Pollut Res Int* 29 (16): 23374–23382. DOI: 10.1007/s11356-021-17580-6

Tekut’eva I. A. (2016) Zhanrovo-tematicheskaya klassifikatsiya videobloginga [Genre and Thematic Classification of Video Blogging]. *Mediasreda* 11: 107–113. (In Russian)

Viren G. (2017) *Sovremennye media: priemy informatsionnykh voyn. Ucheb. posobie dlya studentov vuzov* [Modern Media: Information War Techniques. A Study Guide for University Students]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Zemlyanskiy A. V. (2021 a) Praktika infodemii: teorii «koronavirusnogo» zagovora, ikh tsirkulyatsiya i razoblachenie v SMI [Infodemic Practice: Theories of the Coronavirus Plot, Their Circulation and Media Exposure]. *Nauka i shkola* 3: 51–61. DOI: 10.31862/1819-463X-2021-3-51-61 (In Russian)

Поступила в редакцию
21.04.2022

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Шишкин Николай Эдуардович, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия; e-mail: n.e.shishkin@utmn.ru

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ О ВИДЕО 1980–1990-х гг.

В статье впервые предпринят анализ печатных изданий о кино, появившихся на волне видеобума 1980–1990-х гг. В сферу внимания попадают информационные сборники, журнальная периодика, справочные аннотированные каталоги, посвященные репертуару «малых экранов». Энтузиасты продвижения новой технологии просмотра кинофильмов ставили перед собой идеологические, просветительские, информационные, коммерческие задачи. Почти десятилетие монополистом оставался издательский дом «Видео-Асс», выпускавший более десятка наименований разнообразных информационных продуктов, посвященных кинематографу на больших и малых экранах, видеотехнике, спутниковому телевидению, игровой индустрии. Анализ выпусков «Видео-Асс» и аналогичных, но менее коммерчески успешных изданий позволяет сделать вывод о существовании особого формата видеожурналов в период их зарождения, охарактеризовать его особенности. В рассматриваемый период широкое распространение получили справочники о зарубежных фильмах. В статье предпринята попытка построения типологии этих изданий на основе ряда критериев – содержания, состава авторов, формы собственности.

***Ключевые слова**: кинопресса, видеобум, журналы о видео, видеосправочники, «Видео-Асс», типология изданий.*

Nikolay E. Shishkin, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Journalism, Tyumen State University, Tyumen, Russia; e-mail: n.e.shishkin@utmn.ru

RUSSIAN PRINT PUBLICATIONS ABOUT VIDEOS OF THE 1980^{s}–1990^{s}

This article deals with the analysis of print publications generated by the video boom at the turn of the 1980^{s}–1990^{s} in Russia. Digests, magazines and guides devoted to the repertoire of "small screens" of this period fall into the sphere of attention. Enthusiasts of promoting a new technology for viewing motion pictures set themselves ideological, educational, informational and commercial goals. The Video Association publishing house remained a monopolist in this area for almost a decade. It released more than a dozen titles of various information products concerned with cinema, video equipment, satellite television and the game industry.

Analysis of the publications of Video Association and similar, but less commercially successful media, allows the author of the article to conclude that there is a special format for video magazines and to characterize its features. Guides to foreign films became widespread in the same period of time. The result of studying them is a typology built on a number of criteria: content, authorship, publication ownership.

***Key words**: film press, video boom, video magazines, video guides, Video Association, typology of publications.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.142163

Введение

Отечественный видеобум рубежа 1980–1990-х гг., который, по мнению Е. Л. Вартановой, «бросил первый <...> единственно существенный вызов традиционным российским СМИ» (2002: 52), имел в своей основе технологические, идеологические, коммерческие факторы и требовал отражения в текущем медиадискурсе. В оценке видеобума СМИ разделились на два лагеря. Партийные издания видели в нем «троянского коня» западного масскульта, идеологическую диверсию; «перестроечные» – символ раскрепощения общества. В этот период отечественная пресса о кино демонстрировала следующие тенденции: политизация в русле перестроечных процессов, либерализация, отказ от советских идеологических клише при оценивании западного кинематографа, освещение видеобума как заметного социального, культурного и политического явления на фоне упадка кинопроката. Параллельно с переменами в сфере информационной политики журналов-старожилов («Искусство кино», «Советский экран») шло зарождение новых медиа, порожденных видеобумом. Их прообразом были видеорубрики в специализированных журналах о кино и массовокультурной деятельности. По мере увеличения количества видеосалонов и роста популярности у населения этого рода досуга появление нишевых средств массовой информации было неизбежно.

Возникновение прессы о видео происходило в сложный переходный период развития отечественной журналистики. В течение короткого промежутка времени ее представителям нужно было противостоять сначала давлению советских традиций, освещая идеологически чуждое явление, а позднее – финансовым проблемам на стезе самоокупаемости. При этом информационную основу составлял «черный рынок» видеопродукции, который искусст-

вовед, журналист, энтузиаст «видеофикации» страны В. Ю. Борев относил к «извращенным формам потребления культуры»[1].

Советская система кинопроката была надежным идеологическим фильтром для нежелательной продукции буржуазного кинематографа. Но в 1980-е гг. западные фильмы начали просачиваться сквозь железный занавес на видеокассетах. Юридические барьеры в виде соответствующих статей в союзном и республиканских УК (распространение порнографии, пропаганда культа насилия и жестокости), а также общественное порицание явления в период перестройки уже не имели решающего значения. В общественно-политической прессе видео из предмета однозначного осуждения превратилось в объект идеологической дискуссии; позднее рубрики с мини-рецензиями на новинки видеорынка стали постоянно появляться на страницах «Коммерсанта», «Известий», «Российских вестей», многих других газет и журналов. Издания о кино выступили в этой дискуссии на стороне либеральных сил и занялись своим прямым делом – освещением продукции «черного рынка» (иного не было) с эстетических позиций. Например, анализ публикаций журнала «Искусство кино» за вторую пятилетку 1980-х гг. вскрывает концептуальные изменения в подходах к оценкам зарубежных лент: «Альтернативный взгляд на историю и закономерности общественного развития, заключенный в произведениях киноискусства, не обязательно служит индикатором враждебности» (Шишкин, 2017: 22).

Проблематика видеобума как социального явления была предметом научного рассмотрения в рамках юридической, культурно-просветительской деятельности в Советском Союзе (см.: Борев, 1988: 54–56; Вильчек[2]; Муратов[3]; Разлогов, 1987: 29–33 и др.). В постсоветской России они затрагивались в контексте исследований медиа на историческую тематику (Косинова, 2016: 248–251; Федоров, 2021; Шишкин, 2016: 67–70); при изучении предпринимательства времен кооперативного движения (Иванов, Аксенова, 2021: 26–33; Иванов, Купченко, Федоскин, 2021: 59–63).

В современном информационном поле видеобум 1980–1990-х гг. выступает преимущественно объектом ностальгического интереса возрастной интернет-аудитории. Интерес этот скупо удовлетворяется блогосферой и дискуссиями на тематических форумах. В научном дискурсе периодически затрагиваются смежные вопросы, в частности феномен «авторского перевода» фильмов (Ковалева, 2018: 275–283; Кутловская[4], Матасов, 2008: 3–27; Осипов, 2021:

34–58). Показательным примером, объединяющим научный подход с видеоблогерской популяризацией, является опубликованная на *YouTube* запись круглого стола «Киноперевод в "эпоху *VHS*" (памяти Алексея Михалёва)»[5], организованного молодыми учеными кафедры общей теории словесности филологического факультета МГУ в рамках переводческого семинара А. Л. Борисенко и В. В. Сонькина.

Неосвещенной областью остаются специализированные издания о видео, которые не только приобщали массы к новой форме потребления визуального контента и популяризировали технологический аспект явления, но и укореняли в массовом сознании новые идейные и эстетические каноны кинематографа. Цель данной статьи – выявить основные типы и характерные признаки специализированной печатной продукции о видео рубежа 1980–1990-х гг.

От информационных сборников к журналам

Журнальные издания о видео зародились не на пустом месте. Во-первых, в медиакругах сложился пул заинтересованных искусствоведов, кинокритиков, журналистов, переводчиков. Во-вторых, проблематика, входившая в сферу их интересов, ранее освещалась (зачастую ими же) на страницах прессы – общественно-политической, молодежной, специализированной.

Пионером данного направления был ежеквартальный информационный сборник «Видеодайджест», первый номер которого увидел свет в 1989 г. Всесоюзный научно-исследовательский институт киноискусства Госкино СССР, существовавший с 1973 г., имел богатый опыт выпуска идеологически выверенных критико-публицистических сборников, посвященных отечественному и мировому кинематографу (например, серия «Мифы и реальность. Зарубежное кино сегодня»). В его недрах зародилось и принципиально новое в плане идейных позиций ежеквартальное издание «Видеодайджест». Примечательно, что последний выпуск «Мифов и реальности», созданный в русле традиционного советского подхода к оценке западной киноиндустрии, и первый выпуск «Видеодайджеста», скомпилированный в духе «нового мышления», датированы одним годом. Под эгидой ВНИИ киноискусства вышли первые три выпуска ежеквартальника, далее творческий коллектив под руководством социолога кино и телевидения В. Н. Виль-

чека перестал аффилировать себя с институтом. «Видеодайджест» существовал до 1992 г. На старте издание уделяло внимание специфике распространения видео в Советском Союзе и соцстранах; проблемам, возникающим на фоне происходящих в обществе перемен: финансовым и правовым сложностям в сфере организации массового видеодосуга граждан, устареванию законодательной базы в отношении оценок западной видеопродукции, искусствоведческой экспертизе видеофильмов и т д. В дальнейшем сборник сосредоточил внимание на кинематографе: новых для отечественного зрителя направлениях и жанрах, «звездах» западного экрана, кинематографических франшизах, получивших популярность за рубежом и у нас на видео.

Первый номер информационно-публицистического сборника «Видео-Асс», частного издания НИЦ «Видеокультура» и советско-финского СП «Икпа», вышел в свет в 1990 г. Практически сразу же издательский дом «Видео-Асс» расширил свою печатную продукцию до нескольких наименований и в результате занял позицию монополиста в рыночной нише журналов о видео и смежных с ним областях. Помимо «толстого» ежеквартальника карманного формата, который с третьего номера стал именоваться «журналом для видеолюбителей и профессионалов видеобизнеса», с 1990 по 1998 гг. выходили в свет «Видео-Асс Экспресс», «Видео-Асс Фаворит», «Видео-Асс *Sunrise*», «Видео-Асс Сателлит», «Видео-Асс Премьер (и *Premiere*)», «Видео-Асс Известия»; а также издания о видеоиграх «Видео-Асс *Dandy*», «Видео-Асс Корона». Их жизненный срок зависел от рыночной конъюнктуры и щедрости спонсоров: некоторые существовали недолго, в то время как другие, претерпевая организационные и форматные изменения, сохранялись на плаву в самое непростое для постсоветской прессы время. «Коммерсантъ—Власть» отмечал: «В 1992 году “Видео-Асс” <...> остался практически единственным серьезным субъектом российского рынка печатных изданий, посвященных кино и видео. Остальные «сошли с дистанции», не выдержав пресса цен и долгого оборота средств»[6]. Успех бессменного главного редактора издательского дома В. Ю. Борева зависел от способности находить партнеров для выпуска киноперiодики, будь то отечественные фирмы (компьютерная компания *Sunrise*, банк «Фаворит»), чьи названия попадали на обложку журнала, или зарубежные партнеры. 10 февраля 1992 г. было заключено соглашение, позволявшее использовать на территории России и СНГ материалы журналов

«Премьер» (*Premiere*) и «Видео-7» (*Video*-7), входивших во французскую «Ашетт групп пресс» (*Hachette groupe presse*). Сотрудничество длилось до 1997 г. и позволило журналу «Видео-Асс» стать цветным двухсотстраничным изданием о кино, балансирующим между киноведением и *yellow pages*. С 1997 г. «Ашетт групп пресс» отказалась от партнерства и начала выпускать русскоязычную версию «Премьер» самостоятельно. В последний (1998) год своего существования «Видео-Асс» вошел в издательский дом «Известия». Некогда концептообразующая видеотематика в нем, как и в «Видео-Асс Экспрессе» (выходил в прежнем, «карманном» формате до 1995 г. включительно), осталась только на уровне отдельных рубрик.

В рассматриваемый нами период начала 1990-х гг. каждый из журналов бренда «Видео-Асс» обладал собственными тематическими особенностями. Так, головное издание тяготело к освещению проблем развития видео в целом, ратовало за отказ от его стигматизации и легализацию (официальную дистрибуцию) на территории страны. В качестве образца для подражания рассматривались западные правовые нормы, отстаивалась необходимость присоединения России к Бернской конвенции. Ежемесячный «Видео-Асс Экспресс» позиционировался как приложение к журналу «Видео-Асс» и поначалу представлял собой его копию в миниатюре. Впоследствии «Экспресс» исключил из редакционного портфеля публицистику, стал освещать преимущественно западный кинематограф. «Видео-Асс Премьер» изначально был отведен под небольшие, не «искусствоведческие», как писал его редактор Г. Самсонов[7], рецензии. «Видео-Асс Сателлит» занимался вопросами спутникового телевидения.

Видеокаталоги

После того как Советский Союз прекратил свое существование, отпала необходимость идеологических баталий, юридические дискуссии переместились в сферу борьбы с пиратством, в которых «Видео-Асс» выступал на стороне своих рекламодателей – отечественных видеодистрибьюторов (совместные предприятия «Варус-Видео», «Совенчер»). Финансовые сложности диктовали необходимость создания информационного продукта с минимальным вложением трудозатрат и максимально продолжительным «сроком годности». Так, в арсенале «Видео-Асс» появился еще один вид

печатной продукции, непосредственно связанный с освещением видеотематики, – каталоги. Первая удачная попытка была сделана в 1990 г. Под логотипом «Видео-Асс» СП «Икпа» выпустило первый русскоязычный каталог «500 фильмов» тиражом 200 000 экземпляров. Его автор, кинокритик С. Кудрявцев обладал опытом создания справочной киноведческой литературы: в первой половине 1980-х гг. он выпустил ряд каталогов, посвященных персонам отечественного и зарубежного кино[8]. Жанр «микрорецензии»[9] (определение самого С. Кудрявцева) был опробован им в журналах «Советский экран», «Культурно-просветительная работа», «Видеодайджест».

В дальнейшем В. Ю. Борев применил формат каталога к регулярным выпускам журнала «Видео-Асс». Шестой номер (1993) представлял собой иллюстрированный каталог продукции рекламодателей – киновидеопрокатной компании «Совенчер» и отечественного НПО «Кросна», производителя систем спутниковой связи. В тот же период выходили специальные выпуски «Видео-Асс 100+100» (1991), «Видео-Асс Криминальные фильмы» (1992), «Видео-Асс Звезды экрана» (1993) и др., в которых использовались опубликованные ранее в других изданиях бренда материалы. Спецвыпуски позиционировались как ориентированные на бизнесменов и видеолюбителей справочники, которые в условиях отсутствия профессиональных русскоязычных аналогов частично могли заполнить пустующую информационную нишу.

Впрочем, ниша пустовала недолго. Бесспорно, книга С. Кудрявцева и ее продолжения[10] оставались единственными в своем роде профессиональными киноведческими справочниками для видеолюбителей, однако начало 1990-х гг. на книжном рынке было отмечено заметным ростом количества аннотированных видеокаталогов. Их издатели спешили опередить конкурентов часто в ущерб качеству полиграфии и точности информации, присваивали себе звания «самых полных, объемных, подробных» и т. п. При этом некоторые не содержали указания на авторство аннотаций, а порой были лишены даже выходных данных.

Отечественные видеокаталоги опирались на опыт аналогичных западных изданий (*Movie Guide* Леонарда Молтина и многих других), зачастую включая в аннотации оценки и рейтинги зарубежных кинокритиков. Многочисленные импортные *guides* также служили источником данных о фильмах: оригинальное название, год

производства, режиссер, исполнители главных ролей, – а порой и самой аннотации.

В основу типологии видеосправочников можно положить ряд критериев, классифицируя их по содержанию, авторству и принадлежности издания.

Учитывая содержательный критерий, выделим две группы: общие видеокаталоги, несущие информацию о фильмах разных стран и направлений, и специализированные, в первую очередь жанровые. Сборники второго типа не ограничивались краткими аннотациями. Так, каталог «Видео-*westerns*»[11] сопровождался вводными статьями о жанре вестерн, рейтингом американского кинокритика Стивена Эрли. «Ужас. Аннотированный каталог зарубежных фильмов ужасов и мистики»[12] предлагал читателям ознакомится с «древом ужасов» – схематично изображенной жанровой типологией. Каталог «100 эротических фильмов»[13] содержал «эротический кинокалендарь» – подборку дат, связанных с данным жанром.

Второй критерий позволяет разделить видеосправочники на авторские и, условно говоря, «безымянные», редакторские, скомпилированные из неназванных доступных источников. Среди авторских назовем упомянутые выше три тома С. Кудрявцева, «Видео-*westerns*» мастера синхронного киноперевода С. Горчакова. К типу авторских относится многотомное (14 выпусков с 1992 по 2002 г.) издание «Видеогид» еще одного отечественного переводчика видео М. Иванова (первые четыре выпуска в соавторстве с киножурналистом О. Сулькиным). «Видеогид» возник как одноименная рубрика в газете «Российские вести», содержал сведения об 11 500 фильмах, впоследствии был перенесен в Рунет, где выполнял справочные функции до появления «Кинопоиска».

Согласно издательскому критерию, выделим также два типа – самостоятельные издания и приложения. К первому относилась продукция разнообразных кооперативов, научно-технических центров, акционерных обществ. Рассуждая об источниках популярной отечественной фильмографии, Г. Кузичкина справедливо отмечала, что «зачастую [они] носят откровенно коммерческий характер, ориентируясь на выполнение задач продвижения кинопродукции на кинорынке, а не на формирование полноценных знаний и вкусов зрительской аудитории» (2019: 42). Отметим, что на начальном этапе подобные «кооперативные фильмографии» не выполняли даже этой задачи, их составители преследовали цель

заработать на информационном голоде, не заботясь о точности и качестве производимой продукции.

Иначе выглядели каталоги-приложения, которые создавались людьми, имеющими непосредственное отношение к кинематографу и/или киножурналистике. Серия книг С. Кудрявцева, приложение к журналу «Видео-Асс», принадлежала перу профессионального киноведа, содержала выверенную информацию о кинолентах и их создателях. Каталог «Видео-*westerns*» С. Горчакова планировался как первый выпуск в серии жанровых видеосборников фирмы «Кино-Видео-Союз» и приложение к газете «Кино-*Video*-Ревю», однако серия не получила продолжения. Из этого правила были исключения: иногда видеокаталоги выпускали далекие от кинотематики издания. Например, журнал «Сельские зори» имел приложение «300 зарубежных видеофильмов»[14].

Формат журнала о видео

Зарождение и бурное развитие отечественной прессы о видео, соотносимые по времени с видеобумом в зрительской среде, пришлись на переходный период в общественно-политической жизни страны и в журналистике. География изданий, посвященных этой тематике, не исчерпывалась столицей. Журналы и газеты выходили в союзных республиках («Аудио-Видео-Магазин», Украина; «*Video*-навигатор», Белоруссия), в областных центрах (приложение к газете «Бизнес и культура» – «Тюменские ВИДЕОмости», г. Тюмень). Несмотря на краткий период своего существования, журнальная продукция о видео имела вполне сложившийся формат, обусловленный «предметно-тематической направленностью, целевым назначением, охватом, внешним видом издания, его размерами, объемом, периодичностью выходов, допустимым контентом» (Лащук, 2010: 39). На основе анализа формата журналов о видео выделим ряд свойственных им идейных, содержательных и формальных признаков.

Возникшие на рубеже десятилетий, в своей информационной политике они были лишены идеологического наследия советской эпохи. Редакторы и авторы вели дискуссию с консервативными, по их мнению, оппонентами, но сами начинали с чистого листа, перед ними не стояла проблема смены идеологической парадигмы, как это было с журналами «Искусство кино» или «Советский экран»[15]. Создатели «Видеодайджеста» в первых выпусках прояв-

ляли осторожность, демонстрировали комбинацию идеологических подходов. Они по-прежнему характеризовали американские фильмы – с «развесистой клюквой» – как антисоветские, но общий настрой был либеральным: «Видео – средство эмансипации зрителя, его освобождения от бюрократической диктатуры в сфере духовной жизни»[16]. «Видео-Асс» сразу занял жесткую идейную позицию, ставя перед собой задачу «помочь советскому видео из преследуемого в уголовном порядке пасынка НТР стать проводником мировой культуры, катализатором перестройки общественного сознания»[17]. Редакция подвергала резкой критике охранительные позиции советской киножурналистики, чиновников, политиков: «Удел такого киноведения сегодня жалок. Былые мэтры оказались в луже. Их труды выглядят пародийно, их “концепции” вызывают веселое изумление <...> Высокосидящие чиновники Госкино еще чахли над златом своих необъятных «особых сейфов», где хранились фильмокопии запретных фильмов, до которых подведомственный кинобоссам народ не дорос»[18].

Но в качестве главного идеологического оружия на страницах видеожурналов и каталогов выступал круг рецензируемых и анонсируемых кинофильмов – исключительно зарубежного производства, преимущественно капиталистических стран. Эта географическая ориентация на западный кинематограф[19], который господствовал в стихийном, а затем и лицензионном видеопрокатах, была основным содержательным признаком журналов и каталогов, посвященных видео. Советские ленты, которые начали официально выпускать на кассетах во второй половине 1980-х гг., не попадали в сферу их внимания.

Анализ содержания «медиа о видео» того периода позволяет выявить еще один признак, связанный с особенностью отечественного видеобума. В отличие от киножурналов, направленных на текущий прокатный репертуар, и каталогов-ежегодников (в данном случае сравнение проводится с западными аналогами) в них отсутствовали ограничения по времени выхода рецензируемых лент на экраны. Понятие «новый фильм» было размыто. Поток кассет из-за рубежа не имел временных рамок, и «новым» на первых порах казался фильм десяти-, двадцати- и тридцатилетней давности. Приходилось ориентироваться на пеструю конъюнктуру спонтанного пиратского видеорынка, где еще не было легальных игроков в лице компаний-дистрибьюторов.

Жанровая палитра журналов о видео определялась их просветительской и информационной функциями.

Просвещение аудитории заключалось в элементарной ликвидации безграмотности (одна из рубрик «Видеодайджеста» так и называлась: «Ликбез для эрудитов»). Во-первых, ликбез затрагивал техническую сферу (запись и воспроизведение видеокассет, типы видеомагнитофонов, разница телевизионных систем *PAL, SECAM* и *NTSC*, потребительские рекомендации). Разделы с подборками статей, обзоров, рейтингов телевидеотехники, видеокассет существовали и в сборнике «Видеодайджест», и в журналах семейства «Видео-Асс». Во-вторых, ликбез требовался в киноведческой сфере. Слишком велик был поток незнакомых отечественному зрителю направлений, персон западного кинематографа. В данном случае на помощь приходили тематические обозрения, творческие портреты.

Информационная функция реализовывалась в редуцированных разновидностях базового для киножурналистики жанра рецензии – аннотации и мини-рецензии. Назовем причины, благодаря которым малые формы рецензии стали фирменными для видеорубрик специализированной и универсальной прессы: подражание сложившимся на западе традициям; огромный поток фильмов, требующий оперативного освещения и упорядочивания; наконец, низкая художественная ценность кинолент, большинство которых объективно не заслуживали гранд-рецензий. Зачастую обзоры, посвященные отдельным жанрам или кинематографическим франшизам, тоже принимали форму подборки аннотаций или мини-рецензий. Такая подача была знакома любителям кино по аналогичным публикациям рубрики «Видеокомпас» в «Советском экране». Одним из ее авторов был уже упомянутый нами С. Кудрявцев, впоследствии активно включившийся в создание контента для специализированной видеопрессы.

Приведенные в таблице 1 результаты жанрово-тематического анализа избранных номеров журналов «Видеодайджест», «Видео-Асс» и «Видео-Асс экспресс» позволяют определить безусловного лидера – мини-рецензию (аннотацию). На втором месте располагается жанр статьи. Приметой времени выступает частое слияние в текстах этого жанра информационно-аналитического и рекламного начал. Особенно четко наличие «спонсоров материала» прослеживается в журналах семейства «Видео-Асс».

Таблица 1

Жанрово-тематический анализ избранных номеров журналов «Видеодайджест», «Видео-Асс» и «Видео-Асс Экспресс»

Журнал	Публикации о развитии видео (проблемные и рекламные)		Публикации о кино					Публикации о видеотехнике	
	Статья	Интервью	Познавательная статья	Творческий портрет	Обозрение	Рецензия	Мини-рецензия, аннотация	Обозрение	Рейтинг
«Видеодайджест» № 1 (1989)	6	-	2	3	1	3	48	2	-
«Видеодайджест» № 2 (1989)	5	1	1	3	1	3	59	1	-
«Видеодайджест» № 3 (1990)	3	-	4	3	2	-	56	1	-
«Видео-Асс» № 1 (1990)	9	3	3	1	2	-	28	-	-
«Видео-Асс» № 2 (1990)	14	3	1	1	2	-	93	4	-
«Видео-Асс» № 3 (1990)	6	4	2	1	4	2	45	1	1
«Видео-Асс Экспресс» № 1 (1990)	3	-	1	-	1	-	21	1	-
«Видео-Асс Экспресс» № 2 (1990)	3	-	1	2	-	-	15	-	-
«Видео-Асс Экспресс» № 3 (1991)	-	1	1	2	-	-	37	-	3
«Видео-Асс Экспресс» № 11 (1992)	2	-	-	5	2	-	37	-	3
«Видео-Асс Экспресс» № 12 (1992)	3	1	-	5	3	-	23	2	-
«Видео-Асс Экспресс» № 13 (1992)	2	-	1	3	1	-	29	2	3

Следует назвать еще один важный признак видеопрессы начального периода, связанный с формированием контента. Информационный голод в отношении западного кинематографа испытывали не только рядовые зрители, но и профессионалы,

взявшиеся освещать видеобум. Особенно это заметно по первым выпускам изданий. Сейчас сложно утверждать, опечатки или ошибки присутствуют на их страницах, но факт остается фактом: неточности в именах и фамилиях актеров, режиссеров, названиях кинолент встречались нередко. На помощь приходили зарубежные издания, служившие базой данных, источником перепечаток и публикаций «по материалам иностранной прессы». «Коммерсантъ–Власть» так характеризовал ситуацию той поры: «Рентабельность "Экспрессов", помимо прочего, объяснялась и тем, что информацию для них г-н Борев измерял, по его же выражению, килограммами. Что в до-, что в постперестроечную эпоху за рубеж г-н Борев ездил постоянно: читал лекции французским студентам, был членом жюри международных кинофестивалей. И вез, и вез по 30-50 килограммов этой самой информации на родину – ручной кладью»[20]. Благодаря публикациям зарубежных коллег удавалось наполнять практически все разделы журналов: информационный (новинки кино, светская хроника), технический (рейтинги видеомагнитофонов, телевизоров, видеокассет), киноведческий (творческие портреты и рецензии).

Однако точно определить количество перепечаток и прочих случаев использования информации из зарубежных источников в изданиях семейства «Видео-Асс» (до заключения соглашения о сотрудничестве с «Ашетт групп пресс», которое давало право на использование материалов журналов «Премьер» и «Видео-7») не представляется возможным. Очевидно, что создатели не всегда указывали на «импортное» происхождение публикаций. Сложно предположить, особенно после приведенных выше высказываний В. Борева, что рубрики о новинках и планах американских киностудий («10 самых кассовых фильмов США», «Что в Голливуде нам готовят», «Видеоглобус»), светская хроника («Браки, разводы, адюльтеры»), рейтинги видеомагнитофонов и кассет с подробными техническим данными («Факультет бытовой видеотехники») создавались исключительно на основе собственной информации. Не говоря уже о фотоиллюстрациях, коллажах и постерах.

Таблица 2

Соотношение собственных публикаций и перепечаток в избранных номерах журналов «Видеодайджест», «Видео-Асс» и «Видео-Асс Экспресс»

Журнал	Собственные публикации и публикации специально для издания от отечественных корреспондентов других СМИ	Перепечатки из отечественной прессы	Перепечатки из зарубежной прессы*	Публикации «по материалам зарубежной прессы»*	Публикации зарубежных авторов специально для издания*
«Видеодайджест» № 1 (1989)	16	2	-	1	-
«Видеодайджест» № 2 (1989)	13	-	-	1	-
«Видеодайджест» № 3 (1990)	16	-	-	1	-
«Видеодайджест» № 7 (1991)	11	1	-	4	-
«Видеодайджест» № 8 (1992)	17	-	-	1	-
«Видео-Асс» № 1 (1990)	21	1	-	5	-
«Видео-Асс» № 2 (1990)	22	-	2	3	-
«Видео-Асс» № 3 (1990)	16	-	1	-	2
«Видео-Асс Экспресс» № 1 (1990)	16	1	1	1	-
«Видео-Асс Экспресс» № 2 (1990)	7	-	5	3	2
«Видео-Асс Экспресс» № 3 (1991)	7	-	-	1	-
«Видео-Асс Экспресс» № 11 (1992)	14	-	-	2	-
«Видео-Асс Экспресс» № 12 (1992)	16	-	-	1	-
«Видео-Асс Экспресс» № 13 (1992)	19	-	-	3	-

* Учитываются текстовые публикации только там, где это указано редакцией.

На рубеже десятилетий рассматриваемые нами издания имели не только идентичные контент, аудиторную направленность и общее слово «видео» в названии. Они были схожи по своим издательским характеристикам: брошюры карманного формата (60х90 1/16), с коллажами или портретами кинозвезд на обложке. Издаваемый на дешевой бумаге с немногочисленными черно-белыми иллюстрациями «Видеодайджест» и внутри практически ничем не отличался от просветительских брошюр, коих в Советском Союзе выходило великое множество.

Композиционно-графическая модель «Видео-Асса» выглядела интереснее: элементы журнального дизайна, цветные фотоиллюстрации, «фирменные» рисунки, плотная бумага. Приложение «Видео-Асс Экспресс» значительно уступало материнскому изданию в объеме и красочности, но сохраняло общий стиль и в силу своей рентабельности обеспечивало «выплату зарплаты сотрудникам и поддержание жизни в ежеквартальных сборниках «Видео-Асс»[21]. Аналогичный узнаваемый формат имели также каталоги кинолент и видеотехники, выпускавшиеся издательским домом «Видео-Асс» в начале 1990-х. Первой самостоятельной попыткой перейти от карманного формата к полноразмерному журнальному стал выпуск «Видео-Асс Премьера». В дальнейшем количество полноцветных журналов издательского дома «Видео-Асс» росло, как мы уже отмечали, благодаря появлению спонсоров и зарубежных партнеров. Издания обретали подобающий кинопрессе лоск.

Завершая разговор о формате видеожурналов рубежа 1980–1990-х гг., процитируем Г. В. Лазутину, которая не только указывала на аудиторные, содержательные и формальные признаки издания, определяющие его «формат», но и подчеркивала их прямую связь с рыночной ценностью продукта: «В условиях рыночных отношений признаки эти образуют набор критериев, по которым он соотносится с другими предметами коммуникации для выявления его коммерческой состоятельности. На этой основе делается заключение о возможности или невозможности, целесообразности или нецелесообразности предъявления данного произведения аудитории» (2010: 17).

Рыночная конъюнктура и происходящие в обществе перемены определили весьма непродолжительный период существования первоначального формата прессы, посвященной видеотематике. Менялись требования к контенту. Крах советской идеологии сделал бессмысленными дискуссии о границах дозволенного в ки-

нематографе. С завершением фазы острого информационного голода аудитории не требовалось объяснения азбучных истин мирового кино и технологий воспроизведения видеозаписей. По-прежнему актуальной оставалась лишь проблема борьбы с видеопиратством: восстановление широкого кинопроката, ориентированного на западную кинопродукцию, и развитие легального рынка домашнего видео с тем же вектором направленности не сняли ее, а лишь сместили акценты. Пиратство стало восприниматься как нарушение авторских прав, а не государственной монополии. Данные процессы вызвали изменения в типологии киножурналов. «Видеодайджест» исчез из информационного пространства в 1992 г. «Видео-Асс», благодаря сотрудничеству с зарубежными партнерами из «Ашетт групп пресс», просуществовал до кризиса 1998 г., но в качестве киножурнала общей направленности. В 1995 г. в России появился еще один европейский бренд: на русском языке стал выходить журнал с немецкими корнями *Cinema*. Начиналась эпоха глянца о кино. Развивающийся легальный видеобизнес требовал появления журнальной продукции рекламного характера, в большей степени ориентированной на дистрибьюторов и дилеров («Видеомагазин», «*AudioVideo* Бизнес»). Следующий, еще более отдаленный во времени шаг был связан со сменой основного носителя видеоинформации: на смену кассетам пришли лазерные диски. Форматы киноглянца и рекламных каталогов соединились в таких изданиях, как «Эра *DVD*» и *Total DVD*.

Выводы и перспективы исследования

Видеобум был заметным явлением в социальной и культурной жизни страны периода перестройки, привлекавшим внимание политиков, юристов, публицистов, искусствоведов. Его масштабы не только потребовали осмысления в общественно-политической прессе, но и породили особый вид нишевой печатной продукции воздействующего, информационного и справочного характера. Ее создателям во многом приходилось ориентироваться на западный опыт.

В результате на рубеже 1980–1990-х гг. сложился определенный формат журнала о видео, пропагандирующего западный кинематограф и либеральные ценности, ориентированного на широкие круги видеолюбителей и представителей зарождающегося видеобизнеса, в плане освещения кинематографа – скорее информаци-

онно-развлекательного, нежели аналитического характера. В течение довольно краткого периода времени – с возрождением кинопроката и развитием в стране лицензионного видео – формат исчерпал себя, выполнив функцию первоначального зрительского ликбеза для адекватного восприятия западного кинематографа и технологических новшеств в сфере видеопотребления.

Аннотированные видеокаталоги тоже были ориентированы на западное кино, далеко не всегда содержали точные сведения, но в период информационного голода пользовались популярностью у видеоманов. Издания могли иметь общую или специализированную тематическую направленность, выходить с указанием авторства или без оного, в виде самостоятельного издания или в качестве приложения к газете/журналу. Каталоги утрачивали актуальность по мере цифровизации медиа и возникновения профессиональных онлайн-баз.

Нами была дана общая характеристика печатных изданий о видео в период их зарождения. Она позволяет увидеть ряд перспектив для дальнейшего точечного исследования этого обширного, разностороннего явления. Какие аспекты поможет раскрыть контент-анализ публикаций журналов о видео? На идейном уровне – приемы воздействия на массовое сознание, цель которых – изменить сформированную советской пропагандой картину мира через отношение к западному кинематографу. На структурном – предпосылки трансформации жанровой системы популярной кинопрессы. В русле сравнительного анализа вызывает интерес влияние многочисленных зарубежных каталогов, профессиональных журналов и фанзинов о видео на содержание и оформление российских аналогов.

Примечания

[1] *Борев В.* Видео: техника – досуг – культура. М.: Профиздат, 1990. С. 20.

[2] *Вильчек В.* Плюсы и минусы кассетного ТВ // Журналист. 1986. № 5. С. 44–46.

[3] *Муратов С.* Видеобум или третья экранная революция? // Искусство кино. 1987. № 1. С. 98–110.

[4] *Кутловская Е.* Голос // Искусство кино. 2002. № 2. Режим доступа: https://old.kinoart.ru/archive/2002/02/n2-article14 (дата обращения: 30.09.2022).

[5] Круглый стол «Киноперевод в "эпоху VHS" (памяти Алексея Михалёва)». Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=lbWTIZ880zU&t=362s (дата обращения: 25.10.2022).

[6] *Валиев А.* «Видео-Асс»: экспресс для фаворита // Коммерсантъ–Власть. 1993. Апр., 4. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/7724 (дата обращения: 30.09.2022).

[7] *Самсонов Г.* Премьера «Премьера» // Видео-Асс Премьер. 1991. № 1. С. 1.

[8] *Кудрявцев С. В.* 150 советских режиссёров. М., 1981; *Кудрявцев С. В.* Актеры советского кино. М., 1982; *Кудрявцев С. В.* 200 советских режиссеров. М., 1983; *Кудрявцев С. В.* Режиссёры зарубежного кино. М.: Совинтерфест, 1985.

[9] *Кудрявцев С. В.* 500 фильмов. М.: СП ИКПА, 1990. С. 4.

[10] *Кудрявцев С. В.* +500. М.: Прогресс, 1994; *Кудрявцев С. В.* Последние 500. М.: Каскад intern, 1995.

[11] *Горчаков В.* Видео-westerns. М.: Кино-Видео-Союз, 1992.

[12] *Барканов С., Власенко А., Гуров А., Терехин В.* Ужас: аннотированный каталог зарубежных фильмов ужасов и мистики. М.: НПКЦ Интех, 1994.

[13] *Клевцова Г., Косач А.* 100 эротических фильмов. Киев, 1994.

[14] *Романько О. А.* 300 зарубежных видеофильмов. Вып. 1. Краснодар, 1991; *Романько О. А.* 300 зарубежных видеофильмов. Вып. 2. Краснодар, 1992.

[15] Подробнее об этом см. *Шишкин Н. Э.* Журнал «Искусство кино»: реидеологизация сквозь призму зарубежного кинематографа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Познание. 2018. № 3. С. 44–49; *Шишкин Н. Э.* Освещение зарубежного кинематографа на страницах журнала «Советский экран» в период перестройки // Миссия конфессий. 2020. Т. 9. Ч. 6. С. 700–711.

[16] *Вильчек В.* От составителя // Видеодайджест. 1989. № 1. С. 5.

[17] Все новое вынуждено пробивать себе дорогу через тернии... // Видео-Асс. 1990. № 2. С. 4.

[18] *Кичин В.* Под обломками концепций // Видео-Асс. 1990. № 2. С. 80.

[19] Исключение составляло кино Гонконга, Тайваня и Японии: оно отличалось азиатским колоритом, но жанрово и идейно вписывалось в рамки западного.

[20] *Валиев А.* «Видео-Асс»: экспресс для фаворита // Коммерсантъ–Власть. 1993. Апр., 4. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/7724 (дата обращения: 30.09.2022).

[21] Там же.

Библиография

Борев В. Ю. Видеобум: проблемы и реальность // Культурно-просветительная работа. 1988. № 1. С. 54–56.

Вартанова Е. Л. Современная медиаструктура // Средства массовой информации постсоветской России: учеб. пособие / под ред. *Я. Н. Засурского*. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 10–85.

Иванов А. М., Аксенова Е. К. Видеосалоны в эпоху перестройки (1985–1991): попытка внедрить коммерцию в организацию досуга молодежи по материалам Смоленского региона // Академическая публицистика. 2021. № 8–1. С. 26–33.

Иванов А. М., Купченко К. В., Федоскин Н. Н. Видеосалоны как элемент кооперативного движения в период перестройки по материалам Смоленской области // Исторический бюллетень. 2021. Т. 4. № 3. С. 59–63.

Ковалева К. Н. «Проводники» в мир западной культуры. Переводчики кинофильмов 1980–90-х годов XX века // Русский язык и культура в зеркале перевода. 2018. № 1. С. 275–283.

Косинова М. И. Активизация телевидения и видео в период «застоя» как один из факторов снижения кинопосещаемости // Вестник университета. 2016. № 11. С. 248–251.

Кузичкина Г. А. Произведения киноискусства как объект информационно-аналитической деятельности библиотек // Вестник культуры и искусств. 2019. № 4 (60). С. 40–45.

Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 6. С. 14–21.

Лащук О. Р. Термин «формат» в массовой коммуникации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 6. С. 36–41.

Матасов Р. А. История перевода и переводческих учений // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 22: Теория перевода. 2008. № 3. С. 3–27.

Осипов С. В. Толкователи ярких снов // Проблемы социально-экономического, политического и культурного развития России. Наследие и перспективы. Ульяновск: УлГТУ. 2021. С. 34–58.

Разлогов К. Феномен видео и аудиовизуальная культура // Техника кино и телевидения. 1987. № 12. С. 29–33.

Федоров А. В. Тысяча и один самый кассовый советский фильм: мнения кинокритиков и зрителей. М.: ОД «Информация для всех», 2021.

Шишкин Н. Э. Идеологический аспект видеобума – реакция перестроечной печати // Filologické Vědomosti. 2016. № 1. С. 67–70.

Шишкин Н. Э. Реабилитация буржуазного кинематографа на страницах журнала «Искусство кино» (1986–1991 гг.) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. 2017. № 11–12. С. 18–23.

Notes

Barkanov S., Vlasenko A., Gurov A., Terekhin V. (1994) *Uzhas. Annotirovannyy katalog zarubezhnykh fil'mov uzhasov i mistiki* [Horror. The Annotated Catalog of Foreign Horror and Mystical Movies] Moscow: NPKTs Intekh Publ.

Borev V. (1990) *Video: tekhnika – dosug – kul'tura* [Video: Technology – Leisure – Culture]. Moscow: Profizdat Publ.

Gorchakov V. (1992) *«Video Westerns»* [Video Westerns]. Moscow: Kino-Video-Soyuz Publ.

Kichin V. (1990) Pod oblomkami koncepcij [Under the Rubble of Concepts]. *Video Association* 2: 80 – 83.

Klevtsova G., Kosach A. (1994) *100 eroticheskikh fil'mov* [100 Erotic Movies]. Kiev.

Kruglyy stol «Kinoperevod v «epokhu VHS» (pamyati Alekseya Mikhaleva) [Round table "Movie Translation in the VHS Era" (in remembrance of Alexey Mikhalev)]. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=lbWTIZ880zU&t=362s (accessed: 25.10.2022).

Kudryavtsev S. V. (1990) *500 fil'mov* [500 Movies]. Moscow: SP IKPA Publ.

Kudryavtsev S. V. (1981) *150 sovetskikh rezhisserov* [150 Soviet Directors] Moscow.

Kudryavtsev S. V. (1982) *Aktery sovetskogo kino* [Actors of Soviet Cinema]. Moscow.

Kudryavtsev S. V. (1983) *200 sovetskikh rezhisserov* [200 Soviet Directors]. Moscow.

Kudryavtsev S. V. (1985) *Rezhissery zarubezhnogo kino* [Directors of Foreign Movies]. Moscow: Sovinterfest Publ.

Kudryavtsev S. V. (1994) *+500* [+ 500]. Moscow: Progress Publ.

Kudryavtsev S. V. (1995) *Poslednie 500* [The Last 500]. Moscow: Kaskad intern Publ.

Kutlovskaya E. (2002) Golos [The Voice]. *Iskusstvo kino* 2. Available at: https://old.kinoart.ru/archive/2002/02/n2-article14 (accessed: 30.09.2022).

Muratov S. (1987) Videobum ili tret'ya ekrannaya revolyutsiya? [Video Boom or the Third Screen Revolution?]. *Iskusstvo kino* 1: 98–110.

Roman'ko O. A. (1991) *300 zarubezhnykh videofil'mov. Vyp. 1* [300 Foreign Video Movies. Inst. 1]. Krasnodar.

Roman'ko O. A. (1992) *300 zarubezhnykh videofil'mov. Vyp. 2* [300 Foreign Video Movies. Inst. 2]. Krasnodar.

Samsonov G. (1991) Prem'era «Prem'era» [Premiere of "Premiere"]. *Video Association Premiere* 1:1.

Shishkin N. E. (2018) Zhurnal «Iskusstvo kino»: reideologizatsiya skvoz' prizmu zarubezhnogo kinematografa [The Iskusstvo Kino Magazine: Re-Ideologization Through the Prism of Foreign Cinema]. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya poznanie*. 3: 44–49.

Shishkin N. E. (2020) Osveshchenie zarubezhnogo kinematografa na stranitsakh zhurnala «Sovetskiy ekran» v period perestroi ki [Coverage of Foreign Cinema in the Sovetsky Ekran Magazine During Perestroika]. *Missiya konfessiy* 9 (6): 700–711.

Valiev A. (1993) «Video Association»: ekspress dlia favorita ["Video Association": an Express for the Favorite"]. *Kommersant–Vlast',* 26 April. Available at: https://www.kommersant.ru/doc/7724 (accessed: 30.09.2022).

Valiev A. (1993) «Video Association»: ekspress dlya favorita ["Video Association": an Express for the Favorite"] *Kommersant"–Vlast'*, 4 April. Available at: https://www.kommersant.ru/doc/7724 (accessed: 30.09.2022).

Vil'chek V. (1986) Plyusy i minusy kassetnogo TV [Pros and Contras of Cassette TV]. *Zhurnalist* 5: 44–46.

Vil'chek V. (1989) Ot sostavitelia [From the Compiler]. *Videodidgest* 1: 5–6.

Vse novoe vynuzhdeno probivat' sebe dorogu cherez ternii... [Everything New Is Forced to Make its Way Through Thorns ...] (1990) *Video Association* 2: 4–5.

References

Borev V. (1988) Videobum: problemy i real'nost' [Video Boom: Problems and Reality]. *Kul'turno-prosvetitel'naya rabota* 1: 54–56. (In Russian)

Fedorov A. V. (2021) *Tysyacha i odin samyy kassovyy sovetskiy fil'm: mneniya kinokritikov i zriteley* [A Thousand and One Highest-Grossing Soviet Films: the Opinions of Film Critics and Viewers]. Moscow: OD Informatsiya dlya vsekh Publ. (In Russian)

Ivanov A. M., Aksenova E. K. (2021) Videosalony v epokhu perestroyki (1985-1991): popytka vnedrit' kommertsiyu v organizatsiyu dosuga molodezhi (po materialam smolenskogo regiona) [Video Salons in the Era of Perestroika (1985-1991): an Attempt to Introduce Commerce into the Organization of Youth Leisure (Based on Materials from the Smolensk Region)]. *Akademicheskaya publitsistika* 8-1: 26–33. (In Russian)

Ivanov A. M., Kupchenko K. V., Fedoskin N. N. (2021) Videosalony kak element kooperativnogo dvizheniya v period perestroyki (po materialam Smolenskoy oblasti) [Video Salons as an Element of the Cooperative Movement During Perestroika (Based on Materials from the Smolensk Region)]. *Istoricheskiy byulleten'* 4 (3): 59–63. (In Russian)

Kosinova M. I. (2016) Aktivizatsiya televideniya i video v period «zastoya» kak odin iz faktorov snizheniya kinoposeshchaemosti [Activation of Television and Video During the Period of "Stagnation" as One of the Factors in the Decline in Film Attendance]. *Vestnik universiteta* 11: 248–251. (In Russian)

Kovaleva K. N. (2018) «Provodniki» v mir zapadnoy kul'tury. Perevodchiki kinofil'mov 80–90-kh godov XX veka ["Guides" to the world of Western culture. Movie translators of the 80s–90s of the 20th century]. *Russkiy yazyk i kul'tura v zerkale perevoda* 1: 275–283. (In Russian)

Kuzichkina G. A. (2019) Proizvedeniya kinoiskusstva kak ob"ekt informatsionno-analiticheskoy deyatel'nosti bibliotek [Works of Cinema Art as an Object of Information and Analytical Activity of Libraries]. *Vestnik kul'tury i iskusstv* 4 (60): 40–45. (In Russian)

Lashhuk O. R. (2010) Termin «format» v massovoy kommunikatsii [The Term "Format" in Mass Communication]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 36–41. (In Russian)

Lazutina G. V. (2010) Zhanr i format v terminologii sovremennoy zhurnalistiki [Genre and Format in the Terminology of Modern Journalism]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 14–21. (In Russian)

Matasov R. A. (2008) Istoriya perevoda i perevodcheskikh ucheniy [History of Translation and Translation Teachings]. *Vestn. Mosk. un-ta: Ser. 22: Teoriya perevoda* 3: 3–27. (In Russian)

Osipov S. V. (2021) Tolkovateli yarkikh snov [Interpreters of Vivid Dreams]. In *Problemy sotsial'no-ekonomicheskogo, politicheskogo i kul'turnogo razvitiya Rossii. Nasledie i perspektivy* [Issues of Russia's Social, Economic, Political and Cultural Development]. Ul'yanovsk: UlGTU Publ. Pp. 34–58. (In Russian)

Razlogov K. (1987) Fenomen video i audiovizual'naya kul'tura [The Phenomenon of Video and Audiovisual Culture]. *Tekhnika kino i televideniya* 12: 29–33. (In Russian)

Shishkin N. E. (2016) Ideologicheskiy aspekt videobuma – reaktsiya perestroechnoy pechati [The Ideological Aspect of the Video Boom is the Reaction of the Perestroika Press]. *Filologick V domosti* 1: 67–70. (In Russian)

Shishkin N. E. (2017) Reabilitatsiya burzhuaznogo kinematografa na stranitsakh zhurnala «Iskusstvo kino» (1986–1991 gg.) [Rehabilitation of Bourgeois Cinema in the Iskusstvo Kino Magazine (1986–1991)]. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki* 11–12: 18–23. (In Russian)

Vartanova E. L. (2002) Sovremennaya mediastruktura [The Modern Media Structure] In Ya. N. Zasurskiy (ed.) *Sredstva massovoy informatsii postsovetskoy Rossii: ucheb. posobie* [Mass Media of Post-Soviet Russia: a Study Guide]. Moscow: Aspekt-press Publ. Pp. 10–85. (In Russian)

Поступила в редакцию
27.10.2022

Даниелян Тарон Рудольфович, кандидат филологических наук, доцент кафедры армянского языка и литературы, Ванадзорский государственный университет имени О. Туманяна, Ванадзор, Республика Армения; e-mail: t5plus@yandex.ru

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЦЕНЗОРА С. МЕЛИК-МЕГРАБОВА В КАВКАЗСКОМ ЦЕНЗУРНОМ КОМИТЕТЕ (1872–1890 гг.)

В статье на материале архивных документов и газетных публикаций рассматривается деятельность цензора С. Мелик-Меграбова, его отношение к сотрудникам прессы, а также к коллегам по Кавказскому цензурному комитету. Проанализированные документы позволяют сделать вывод о том, что в своей деятельности С. Мелик-Меграбов руководствовался личными амбициями, финансовыми интересами, прикрытием для которых была государственная служба. Если суждения цензора относительно деятельности Кавказского цензурного комитета и местной административной власти с течением времени менялись, то оценка проблем тифлисской прессы неизменно носила тенденциозно негативный характер. В то же время многие его прогнозы и доносы основывались на фактах, но информация не всегда подавалась объективно, так что личность цензора высшими инстанциями воспринималась негативно.

***Ключевые слова**: Главное управление по делам печати, армянская пресса, грузинская печать, русская пресса Тифлиса, печать на восточных языках.*

Taron R. Danielyan, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Armenian Language and Literature, Tumanyan Vanadzor State University, Vanadzor, Republic of Armenia; e-mail: t5plus@yandex.ru

THE ACTIVITIES OF CENSOR S. MELIK-MEHRABOV IN THE CAUCASUS CENSORSHIP COMMITTEE (1872–1890)

The article presents some aspects of the activities of censor S. Melik-Mehrabov. On the material of archival documents and newspaper publications, the factors that influenced the work of the censor and his attitude towards the press staff, as well as his colleagues at the Caucasus Censorship Committee, are revealed. The reviewed materials allowed the author to conclude that during the years in the Censorship Committee, S. Melik-Mehrabov was guided by personal ambitions. His attitude towards the local press in most cases depended on interpersonal relations with the editorial staff, and the interpretation of the creative products and activities of local and foreign authors was often governed by the judgment of colleagues, irrespective of whose opinion he could draw directly opposite conclusions. Discussions on the content of the local and foreign press were of a wary and proactive nature, which often served as a means of compromising the chairman and some employees of the

Caucasus Censorship Committee in order to discredit their work and ultimately isolate them from the team. Subsequently, he was dismissed from the Censorship Committee. The demonstrative aspiration to please the Russian throne contributed to the building of a stereotypical image of the Tiflis press, in which the censor, not without reason, recorded the generation of narrowly national ideas on the part of forces disloyal to the Russian political system. This circumstance was often ignored by the local leadership, but sometimes it had a rather serious impact on decision-making by the city authorities.

***Key words**: General Administration of Press Affairs, Armenian press, Georgian press, Russian press in Tiflis, publications in oriental languages.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.164187

Введение

Развитие периодической печати в Российской империи определялось не только политическими и экономическими процессами, законодательными нормами и многочисленными циркулярами, но и межличностными отношениями работников цензуры и органов печати. Большое количество цензурных правил создавало благоприятную почву для произвола, вследствие чего на местах появлялись широкие возможности «либо для облегчения цензурного режима, либо для его крайнего ужесточения» (Жилякова, 2019: 256).

Естественно, что и пресса, выходящая в пределах Кавказского наместничества Российской империи, развивалась под влиянием этих факторов. Армянский публицист, издатель газеты «Мшак» («Մշակ» – «Труженик») Григор Арцруни, намекая на отрицательные явления во взаимодействии цензуры и органов печати, отмечал, что цензурные правила позволяют местной прессе быть достойными представителями интересов общества, но цензоры и председатель цензурного комитета должны быть настолько опытными, беспристрастными и образованными, чтобы понять истинный смысл получаемых инструкций, а не следовать им механически[1].

Исследователи истории российской цензуры отмечают, что свою роль цензоры понимали по-разному: «Широта мировоззрения, эрудиция позволяли одному согласовывать требования властей с этнической культурой, другому же был непонятен язык иной культуры, соответственно его оценки носили явный отпечаток стереотипов, субъективизма, усердной осторожности. Немалую роль играло и такое личное качество цензурирующего, как желание особо выделиться перед начальством» (Аракелян, 2004: 121).

Было много случаев, когда «местные цензоры, боясь репрессий <...> не пропускали в печать те материалы, которые печатались в Санкт-Петербурге и Москве. Редакторы в свою очередь считали, что чиновники руководствовались не цензурным уставом, а "личным произволом"» (Патрушева, 2013: 271).

Кавказский цензурный комитет, учрежденный в 1848 г., изначально руководствовался общими законоположениями, а также устными инструкциями Наместника, которые, как замечали современники, не носили официального характера[2]: члены Кавказского цензурного комитета заявляли, что получали «словесные наставления и инструкции, о характере и системе которых они определительно выразиться не в состоянии»[3]. Именно этот фактор предопределял субъективный подход при цензурном рассмотрении материалов периодической печати. В 1883 г. ситуация несколько изменилась. Это было обусловлено тем, что Кавказский цензурный комитет, находившийся в ведении Главного управления Наместника, был подчинен Главному управлению по делам печати МВД. Цензоры стали посредниками между издателями и столичным руководством и сыграли решающую роль в освещении деятельности местных органов печати.

К постановке вопроса

В истории российской дореволюционной цензуры довольно противоречивой личностью является Соломон Мелик-Меграбов (Сулейман-Хан Мелик-Меграбов). За 20 лет своей деятельности в Кавказском цензурном комитете он сыграл роковую роль в судьбе многих общественных деятелей, представителей искусства и духовенства, а «в государственной информационно-коммуникационной системе был не только барьером для передачи информации, но и создателем и распространителем стереотипных образов коммуникаторов-адресантов в лице работников редакций газет и журналов» (Даниелян, 2021:16).

Современники между собой называли С. Мелик-Меграбова «ханом», так как его родословная восходила к персидским ханам (Патрушева, 2011: 82)[4]. Его также называли «палачом мысли» (Мхитарян, 1974: 105) и «беспощадным рознецом»[5]. Сам цензор с гордостью рассказывал, что редакторы местных газет, узнав о передаче изданий именно ему, немедленно являлись в типографии и забирали уже сверстанные статьи, «объясняя недоумевавшим

лицам в типографии, что с сегодняшнего дня цензурирует Меграбов, и он этих статей ни в каком случае не пропустит»[6].

Грузинские исследователи приводят следующий факт: публицист Н. Николадзе вызвал на дуэль самого председателя цензурного комитета Д. Пурцеладзе (между прочим, своего большого почитателя) за то, «что тот назначил (в угоду наместнику Михаилу Романову) невежественного в области русской журналистики цензора Мелик-Меграбова (являвшегося специалистом лишь по восточным языкам) главным арбитром по русским изданиям на Кавказе» (Чиковани, 1989: 127).

В тифлисском окружном суде, где рассматривалось дело издателя газеты «Обзор» Н. Николадзе по обвинению в публикации запрещенных цензурой заметок, обвиняемый ссылался на то, что, согласно статье 139 Устава цензуры, в Кавказском цензурном комитете должны были быть два цензора: один для русского и европейских языков, второй – для местного и восточных языков. В связи с тем что С. Мелик-Меграбов окончил Лазаревский институт восточных языков, он не имел права цензурировать русскоязычные издания[7]. В конце концов Н. Николадзе оштрафовали за то, что из-за цензурных притеснений ночью он взломал дверь и разбил окна квартиры С. Мелик-Меграбова[8].

Армянские историки характеризуют С. Мелик-Меграбова как «радикально реакционного, антинационального» (Мелконян, 2016: 65) деятеля, который «убивал» армянскую журналистику. Его двадцатилетняя служба в Кавказском цензурном комитете создала впечатление, что он «страдал некоей одержимостью искать, находить и наказывать “врагов” армянского литературного мира» (Мхитарян, 1974: 106).

Азербайджанские исследователи характеризуют С. Мелик-Меграбова и других цензоров как «душителей тюркской печати» (Мовлаева, 2016: 17). Отмечается также, что цензоры армянского и восточных языков Кавказского цензурного комитета были в основном армяне, которые «старались, с одной стороны, препятствовать развитию азербайджанской печати, с другой – поддерживали враждебное настроение в русской общественности ко всему тюркскому и мусульманскому» (Гаджиева, 2018: 142).

На наш взгляд, в работе цензоров Кавказского цензурного комитета этнический фактор – как принцип выборочного рассмотрения содержания статей и непредвзятого решения по вопросу публикации материалов – имел второстепенное значение. В целом цензоры

относились настороженно ко всем сочинениям, в которых содержались материалы национального и идеологического характера.

Сам С. Мелик-Меграбов одной из косвенных причин своего увольнения с работы считал «армянский мотив». По его мнению, армяне не могли простить ему, как своему соплеменнику, те притеснения, которым подвергалась армянская печать[9]. В апреле 1890 г. ему было адресовано анонимное бранное письмо, в котором угрожали убить его, если он будет и в дальнейшем притеснять две армянские газеты: «Ардзаганк» («Արձագանք» – «Эхо») и «Нор-Дар» («Նոր-Դար» – «Новый век»)[10], которые имели национально-консервативное направление.

Деятельность С. Мелик-Меграбова до сих пор изучалась в контексте истории цензурного управления и во взаимоотношениях с редакциями (см.: Патрушева, 2013; Арешян, 1957; Мхитарян, 1974; Геворкян, 1996; Зейналов, 1990).

В рамках нашего исследования будут проанализированы некоторые аспекты деятельности С. Мелик-Меграбова в годы работы в Кавказском цензурном комитете, а также его отношение к тифлисской периодической печати. Мы постарались выявить критерии, которыми руководствовался цензор, и раскрыть истинные причины его отношения к многоязычной прессе Тифлиса.

Методической основой работы стал комплексный подход, системно соединивший описательный и сопоставительный принципы анализа текстов в диахроническом и синхронном разрезах. Источниками для проведения исследования послужили четыре основные группы материалов:

– делопроизводственные документы: отчеты, рапорты, протоколы, официальная переписка и т. д. Документы доступны в фондах РГИА (Ф. 776. Главное управление по делам печати МВД), Национального архива Грузии (Ф. 480. Кавказский цензурный комитет). Многие архивные документы вводятся в научный оборот впервые;

– письма. Впервые вводятся в научный оборот некоторые письма С. Мелик-Меграбова и других чиновников кавказских учреждений, которые хранятся в вышеназванных архивных фондах. В поле нашего исследования также находились письма армянских писателей, которые ранее были опубликованы в академических изданиях;

– дневники. В этой группе особое место занимают дневники из фонда кавказоведа Е. Вайденбаума, которые хранятся в Грузинском национальном центре рукописей (Д. 59-72);

– газетные публикации и брошюры: новостные заметки, аналитические материалы, судебная хроника. Нами рассмотрены армянские («Мшак», 1872–1892; «Ардзаганк», 1882–1892; «Мегу Айастани», 1872–1886; «Нор-Дар», 1883–1892) и русские («Кавказ», 1872–1892; «Новое обозрение», 1884–1892) газеты Тифлиса

Если в официальных документах и в газетных источниках фактические данные несут объективную информацию, то в письмах и дневниках очевидна субъективность трактовки фактов и явлений, что обусловлено межличностными отношениями С. Мелик-Меграбова с его окружением. Для беспристрастного изложения материала мы старались сопоставить разные источники и позиции.

Принципы работы С. Мелик-Меграбова в Кавказском цензурном комитете

Соломон Мелик-Меграбов был назначен младшим цензором местных и восточных языков Кавказского цензурного комитета 20 октября 1872 г.

В 1875 и 1877 гг. несколько месяцев Мелик-Меграбов был исполняющим обязанности председателя, а с 1 февраля 1878 до 1890 г. работал старшим цензором того же комитета. В 1870-х гг. он дважды за несколько месяцев исполнял также обязанности цензора русских и европейских изданий, так как в цензурном комитете не могли найти подходящую кандидатуру на данную вакансию. 3 сентября 1881 г. за отличную службу ему была назначена ежегодная прибавка к жалованью 1 000 рублей в год[11].

По решению председателя цензурного комитета, 10 октября 1889 г. для планомерного распределения работы между цензорами действительному статскому советнику (с 1888 г.) С. Мелик-Меграбову поручили цензурировать армянскую ежедневную газету «Нор-Дар», еженедельник «Ардзаганк», ежемесячный журнал «Мурч» («Մուրճ» – «Молот»), татарскую (азербайджанскую) еженедельную газету «Кешкюль» («Kəşkül»[12]) и доверили «просмотр заграничных непериодических изданий на армянском языке и мусульманских наречиях»[13]. На младшего цензора, губернского секретаря Г. Караханова возложили цензурирование армянской газеты «Мшак», детского ежемесячного журнала «Ахбюр» («Աղբյուր» – «Родник») и рукописей на армянском языке и языках мусульманских народов[14].

Такое распределение функций упорядочивало деятельность цензоров, так как до этого их работа не имела регламентированного характера. Так, например, в ежемесячных отчетах С. Мелик-Меграбова за 1886 г. видно, что цензор в январе рассмотрел 6 армянских периодических изданий и одну татарскую (33 номера, 276 страниц), 7 армянских (507 страниц) и 2 татарских (44 страницы) непериодических издания, а также 7 армянских иностранных изданий (42 номера). За февраль того же года был представлен следующий отчет: 6 армянских (16 номеров, 272 страниц) периодических изданий, 3 армянских (677 страниц) и 2 татарских (44 страницы) непериодических издания, 9 армянских иностранных изданий (82 номера)[15].

Начало работы С. Мелик-Меграбова в Кавказском цензурном комитете совпало с периодом формирования у местных народов критического подхода к социально-политическим установкам верховной власти и деятельности местного самоуправления. В обществе распространялись новые либерально-демократические идеи, сформированные под влиянием русских общественно-политических деятелей, а также национально-освободительных движений европейских стран и их идеологии. Вместе с тем «в культуре, литературе и журналистике начинал править капитал <...> в журналистике активно шло вытеснение из нее литературы» (Жирков, 2018: 307–319).

Ряд фактов указывает на то, что в первые десять лет работы в цензурном комитете отношения С. Мелик-Меграбова со многими издателями и редакторами были конструктивными. Так, несмотря на то что по закону был установлен рабочий график для рассмотрения статей, С. Мелик-Меграбов позволял редакциям представлять материалы в любое время суток – даже в полночь, а иногда в 3–4 часа утра. Таким образом, цензор шел навстречу местной прессе для своевременного издания номера[16].

Когда же в тифлисском окружном суде разбиралось дело по обвинению редактора газеты «Мшак» в публикации материалов без предварительного разрешения цензуры, Гр. Арцруни на суде заявил, что мотивом данного обвинения было вовсе не нарушение цензурных правил, а личные отношения между ним и С. Мелик-Меграбовым, которые с некоторых пор стали натянутыми. Редактор отмечал, что до этого печаталось немало оригинальных материалов без предварительного разрешения цензуры, на основании только одного доверия, которым он «пользовался весьма осторож-

но и добросовестно, корректурные же листы подписывались Мелик-Меграбовым по несколько за раз»[17].

Сам цензор по этому поводу отмечал, что доверие редактору им оказывалось относительно материалов, перепечатанных из тифлисских подцензурных газет, а оригинальные статьи без разрешения не публиковались. Такое могло произойти только при его отсутствии из-за болезни, когда председатель цензурного комитета подписывал разрешение сам, доверяясь переводу Гр. Арцруни. В то же время С. Мелик-Меграбов признался, что в частном разговоре с Гр. Арцруни он заметил, что некоторое доверие, взаимное облегчение труда для успеха «общего дела не бесполезно, но по некоторым причинам впоследствии он вынужден был лишить Арцруни прежнего доверия»[18].

Были также случаи, когда армянские издатели публично оценивали деятельность С. Мелик-Меграбова, давая объективную оценку его работе. Например, когда в 1882 г. вышел в свет армянский журнал «Горц» («Գործ» – «Дело»), С. Мелик-Меграбов информировал высшие инстанции о «чуть ли не социалистическом направлении газеты», вследствие чего издание было арестовано. В связи с этим в московской газете «Русский курьер» (1882, № 147) цензора обвинили в доносительстве, а армянские газеты двух противоположных лагерей – либеральная «Мшак»[19] и консервативная «Меху Айастани»[20], – наоборот, вместе выступили в защиту цензора от нападок московской газеты. В официальной газете «Кавказ» отмечалось, что цензор, представляющий доклад как правительственное лицо, всего лишь исполнял свои обязанности, а автор письма, предположительно армянин, составивший донос по поводу национальных устремлений (речь шла о восстановлении Армянского царства), является осведомителем, к которому следует относиться с презрением[21].

Второе десятилетие деятельности С. Мелик-Меграбова в Кавказском цензурном комитете совпало с эпохой царствования Александра III, когда социально-политическая обстановка характеризовалась как «процесс поляризации политических сил» (Жирков, 2001), а восточный внешнеполитический вектор Российской империи по освобождению малых народов от османского ига сменился на более сдержанный и предусмотрительный политический курс установления доверительных отношений с Османской империей (Геворкян; 1996: 426). В это время произошли определенные структурно-административные изменения: в частности, в 1883 г.

Кавказский цензурный комитет был передан Главному управлению по делам печати, и фактически вопросы цензурирования кавказской периодической печати перешли под наблюдение Министерства внутренних дел.

В эти годы цензура боролась с любыми проявлениями революционной идеологии и «вообще с развитием национальной культуры и национального самосознания народов» (Арешян, 1957: 275). Дело иногда доходило до абсурда: в Цензурном комитете стали запрещать употребление хоронимов «Грузия» и «Армения». Вместо слова «Грузия» надо было писать «Тифлисская или Кутаисская губернии» (Табидзе, 2012: 58). С. Мелик-Меграбов требовал убрать слово «Армения» из названия газеты «Меху Айастани» («Մեղու Հայաստանի» – «Пчела Армении»). Из-за этой прихоти цензора издатель и редактор газеты П. Симонянц заказал новые литеры: слово «Меху» («Пчела») стали печатать крупным шрифтом, а слово «Айастан» («Армения») – маленькими, почти незаметными буквами (Мхитарян, 1974: 105).

Внутренняя жесткая политика, проводимая царским правительством, оставила свой отпечаток также на сотрудничестве редакций и сотрудников газеты. Многие авторы, которые писали под псевдонимами или анонимно, боялись посылать свои корреспонденции, очерки и даже новостные заметки в редакции, потому что цензоры Кавказского цензурного комитета требовали от редакторов подлинные имена авторов[22].

В этот период С. Мелик-Меграбов начал активную борьбу на два фронта: с одной стороны, он пристально следил за местной прессой и литературой, становясь главным препятствием для публикации творческих материалов разного содержания и разной идеологической направленности; с другой стороны, мишенью цензора оказались коллеги по цензурному комитету во главе с его председателем К. Якимовым, деятельность которых цензор представлял высшему руководству не в лучшем виде, подчеркивая, что надзор за местной прессой «не соответствует требованиям закона и общим интересам государства на Кавказской окраине»[23].

Сам цензор отмечал, что отношения с коллегами были корректными и товарищескими, а многие были назначены цензорами по его рекомендации или просьбе. После конфликта с председателем, который оскорблял С. Мелик-Меграбова на заседаниях, многие сослуживцы вне стен комитета выражали ему свое участие и дружеские чувства. Исключением был цензор Г. Караханов,

который передавал председателю цензурного комитета частные письма, а последний, в свою очередь, их направлял в Главное управление по делам печати. В этих письмах С. Мелик-Меграбов советовал молодому цензору, соблюдая строгую законность, не раздражать представителей прессы личными обращениями, а в затруднительных случаях направлять их к нему[24].

С. Мелик-Меграбов считал недопустимым ведение правосудия на местных языках, за что ратовали тифлисские газеты. Цензор сообщал также руководству о националистических или неблагонадежных политических мотивах деятельности некоторых организаций и учреждений, действующих на Кавказе. Особое внимание С. Мелик-Меграбов уделял заграничным изданиям на «туземных» языках, постановкам пьес на тифлисской сцене и рецензиям на них. Он строго относился также к рекламе издательской продукции, в которой содержались намеки на историческую память и идеологические устремления народов Кавказа.

Деятельность С. Мелик-Меграбова вне цензурного комитета

Личность С. Мелик-Меграбова в тифлисском обществе воспринималась довольно негативно, потому что он зарабатывал ростовщичеством и, как все «коллеги по данному цеху», успевал приобретать назначенные к публичной продаже имения по баснословно низкой цене, которая устанавливалась для торгов[25]. Газета «Новое обозрение», намекая на деятельность цензора, замечает, что «этот сорт людей, разжирев, обуревается жаждой общественного почета»[26], и предлагает воспретить лицам, состоящим на государственной службе, заниматься денежными махинациями: «Если с достоинством службы несовместимо занятие должности в каком-либо коммерческом учреждении, почтенном по своим целям, то как согласить с честью мундира такой промысел, как ростовщичество?»[27].

Дискредитирующие публикации в газетах были, по мнению цензора, ответным шагом армянских националистов за цензурные притеснения по вопросам, связанным с выборами армянского католикоса в 1884 г. На этих выборах С. Мелик-Меграбов был назначен представителем правительства и активно влиял на ход агитационной кампании с целью устранения одного из кандидатов – архиепископа М. Мурадяна, которого считал антироссийским кандидатом[28]. Сторонники архиепископа утверждали, что пред-

ставителем правительства во время выборов нужно назначить более высокопоставленного чиновника, чем С. Мелик-Меграбов, и это будет расценено как знак уважения к армянскому народу. Цензор повторял, что его устранение даст возможность сторонникам армянских радикальных сил «свободнее агитировать на новых выборах, а главное – скрыть следы своей агитации от правительства»[29].

23 августа 1884 г. итоги выборов армянского патриарха по донесениям С. Мелик-Меграбова были аннулированы императором Александром III, но на повторных выборах и кандидатура С. Мелик-Меграбова как представителя власти не была одобрена.

26 июля 1885 г. католикосом был утвержден пророссийский кандидат Макар I Тер-Петросян, которому импонировал С. Мелик-Меграбов, но которого не поддерживали три ведущие армянские газеты Тифлиса («Мшак», «Ардзаганк», «Нор-Дар»), считая, что, «как представитель российских армян, он не может оказать содействия решению армянского вопроса на международной арене» (Тунян, 2011: 26–27).

С. Мелик-Меграбов через полгода в своем докладе констатирует, что Макар I приказал армянским духовным лицам в России при крещении детей не нарекать их «чужими» именами, а те духовные лица, которые выступят против этого распоряжения, будут строго наказаны: «Приведенное важное распоряжение служит подтверждением его возвышенных чувств патриотизма вопреки появившимся злым нареканиям на него со стороны некоторых врагов»[30].

Увольнение С. Мелик-Меграбова из Кавказского цензурного комитета

В 1890 г. С. Мелик-Меграбов после серьезных разногласий с начальством был уволен с работы и только в 1902 г. стал отдельным цензором по внутренней цензуре в Екатеринославе, а с 1905 г. состоял в Главном управлении по делам печати, после этого был цензором Санкт-Петербургского цензурного комитета, где выделился своей бдительностью и мог «расшифровать» истинные смыслы рассмотренных текстов (Лавров, 2016: 134).

В своих письмах в разные руководящие инстанции С. Мелик-Меграбов признавался, что имел разногласия с председателем Кавказского цензурного комитета. По его мнению, К. Якимов

действовал противозаконно, вместо служебных обязанностей совершал преступные действия, которые заключались «в открытом потворстве его происках местной печати против самодержавной власти, в целях объединения всего мусульманского мира против России и восстановления армянского царства на русско-турецкой территории»[31].

Если С. Мелик-Меграбов аргументировал свое увольнение с должности старшего цензора Кавказского цензурного комитета обвинением «в пререканиях с председателем этого комитета, в беспокойстве характера и т. п.»[32], то противоположная сторона уверяла, что увольнение было следствием упорного нежелания цензора подчиняться неоднократным требованиям Главного управления по делам печати и прекратить неуместные интриги против своего непосредственного начальника и сослуживцев по Комитету[33].

Можно констатировать, что работа цензора С. Мелик-Меграбова носила субъективный характер. Его вражда с председателем Кавказского цензурного комитета была вызвана личными побуждениями, корни которых уходили в эгоцентризм цензора. По мнению руководителей цензурного ведомства, С. Мелик-Меграбов был человеком тщеславным и стремился во что бы то ни стало сделать блестящую карьеру, но был оскорблен тем, что на должность председателя цензурного комитета был назначен К. Якимов, который никогда до 1878 г. не работал в цензурном комитете[34].

Правда, отношения с начальством не складывались и при прежнем председателе цензурного комитета – Л. Модзалевском, который также считал, что С. Мелик-Меграбов использовал служебное положение и оказывал покровительство одним авторам и притеснял других[35].

В первое десятилетие С. Мелик-Меграбов сетовал, что из-за недостаточных условий надзора периодическая печать становится антигосударственной, а местное цензурное учреждение оказывается совершенно бессильным для устранения нежелательных «"предосудительных выходок" местных изданий»[36]. В последующие годы он формирует образ врагов правительства в лице не только сотрудников прессы и председателя цензурного комитета К. Якимова, но и всех членов цензурного комитета. Причина была в том, что вне службы все его коллеги избегали любых личных отношений с ним. «Запутавшись в интригах, он совершенно сбился с пути и позволял себе такие поступки, которые невозможны для челове-

ка в здравом уме»[37]. Главноначальствующий гражданской части на Кавказе А. Дондуков-Корсаков также считал неуместным нахождение С. Мелик-Мегрибова на службе в цензурном ведомстве, так как тот предан «всецело устройству своих имущественных интересов и приисканий высшего служебного положения и только вредит правильному ходу дел в цензурном комитете»[38].

По поводу своего увольнения С. Мелик-Мегрибов пишет, что князь А. Дондуков-Корсаков заявил, что верит в правоту цензора, но, делая выбор между ним и русским человеком, жертвует им как инородцем[39].

Примечательно, что в 1891 г., когда председателем цензурного комитета был назначен М. Гаккель, находящийся в Петербурге С. Мелик-Мегрибов присылает ему поздравительную телеграмму, рассчитывая восстановиться на службе[40]. Однако, не получив положительного ответа, начинает действовать против кандидатуры нового цензора А. Кишмишева, назначение которого задерживалось именно из-за его доносов – обвинения в фанатической ненависти к русскому обществу и в радикальном национализме[41]. По этому поводу Е. Вайденбаум в своем дневнике пишет: «Замечательно, что такой отъявленный негодяй, как этот человек, находит слушателей в Петербурге и может затормозить представление самого Главнокомандующего»[42].

После увольнения еще долгие годы С. Мелик-Мегрибов продолжает клеветать на работников Кавказского цензурного комитета и сотрудников редакций тифлисских газет как на страницах столичной прессы, так и в письмах в руководящие инстанции. В то же время отдельным чиновникам он писал трогательные письма о трудном финансовом положении семьи (жена и трое детей), о потере имущества, в том числе дома; писал, что «жизнь, вся посвященная беззаветной, горячей привязанности к Престолу и Отечеству»[43], отдана в жертву нескольким лицам Кавказского цензурного комитета.

Характеристика тифлисской прессы в корреспонденции С. Мелик-Мегрибова

Анализ и оценка цензором проблем тифлисской прессы имели тенденциозно-негативный характер с первого дня его деятельности в Кавказском цензурном комитете. Характеристику тифлисской периодической печати С. Мелик-Мегрибов дает в четырех

источниках: в армянской печати, в изданиях на восточных языках, в русской прессе и в грузинской печати.

Армянская печать

По оценке С. Мелик-Меграбова, армянская печать Тифлиса была проводником идей политической независимости армян, а также опасным каналом, по которому информация из Российской империи распространялась среди армян Османской империи, а переводы статей, содержащих «нелепые рассуждения» о русском правительстве, переходили затем на полосы «европейских газет, пользовавшихся случаем выступать со своими язвительными выходками против России и ее правительства»[44].

Причиной распространения нежелательных политических идей цензор считал несовершенство цензурных законов. Он отмечал, что вследствие строгости цензурирования армянской печати в Кавказском цензурном комитете, разрешение на публикацию своих изданий армяне получают в столицах[45]. В результате этого в общество просачиваются идеи политического возрождения армянского народа, многие представители которого располагают печатными органами на армянском и русском языках, которые пользуются большим успехом среди населения[46].

С. Мелик-Меграбов замечал также опасность в деятельности армянских благотворительных учреждений, которые имели чисто национальное направление. Для него эти организации были тайными кружками, которые под видом благотворительности или другой общественно полезной деятельности проводили политическую пропаганду «в возбуждении малоазиатских армян против турецкого владычества и в оказании им поддержки, как материальной, посредством собирания в пользу их денег и высылки оружия, так и в моральной, в виде разных статей армяно-патриотического направления в местной печати и пропаганды объединения и независимости армянского народа»[47].

Поводом для стремления армян к независимости стал Берлинский договор. С. Мелик-Меграбов отмечал, что движение за независимость армян в Османской империи отразилось и на закавказских армянах, которые прониклись «несбыточными мечтаниями о будущем восстановлении единства и политической самостоятельности как турецкой, так и русской Армении»[48]. В распространении этих идей он во многом обвинял тифлисскую армянскую консервативную печать, в авангарде которой находилась газета «Ардза-

ганк». По мнению цензора, опасное влияние на армянские газеты имели некоторые органы русской печати, которые распространяли враждебные для России идеи[49].

Обвинения со стороны цензора звучали также по поводу умышленного искажения содержания разных законов со стороны армянских издателей, целью которых было намеренно ввести армян в заблуждение[50]. Например, в 1880-е гг., когда проходили выборы армянского католикоса, в армянских газетах проводилась жесткая идеологическая пропаганда и предвыборная агитация за двух кандидатов. Степень патриотизма в обществе обосновывалась выбором того или иного кандидата. С. Мелик-Меграбов по этому поводу замечал, что эти выборы «ознаменовались в истории края агитацией против существующего законоположения об управлении армяно-григорианской церковью и интересов России в этом деле»[51].

Издания на восточных языках

Издания на восточных языках, которые в основном предназначались для мусульманского населения Кавказа, С. Мелик-Меграбов рассматривал в разных аспектах. Местная печать на татарском и персидском языках, по мнению цензора, состояла из незначительного числа бессодержательных изданий, которые не заслуживали особого внимания[52], а вот иностранные издания на восточных языках были под пристальным наблюдением С. Мелик-Меграбова, который жаловался на то, что цензурный комитет не строго следит за весьма опасным религиозно-политическим движением мусульман против России, известным под названием панисламизма – объединения мусульман[53].

В рассматриваемый период российское общество в целом было мало знакомо с этим новым идейным направлением, а мусульманское население России к началу XX в. не проявляло политической активности, но все же «дух материалов, объединявший тюрок России, заставлял российских чиновников думать «о возможных политических последствиях “пробуждения мусульман”» (Сенюткина, Гусева, 2019: 21–36), что и послужило поводом для особого надзора за иностранной прессой, которая очень часто не доходила до своих адресатов.

Так, например, с 30 октября 1885 г. до 3 июля 1887 г. в цензурном комитете оставалось большое количество мусульманских периодических изданий, которые лежали в помещении комитета в

нераспечатанных бандеролях с адресами на имя разных лиц. Таких бандеролей в комитете было несколько сотен, и в каждом пакете насчитывалось несколько тысяч экземпляров разных изданий, которые затем продали в мелочную лавку в качестве простой бумаги, причем бандероли предварительно были уничтожены.

Этот факт послужил новым поводом для усиления конфликта между С. Мелик-Меграбовым и его начальством. Обвиняя председателя цензурного комитета в халатном отношении и утрате газет, в которых содержались публикации панисламистского идеологического направления, С. Мелик-Меграбов констатировал, что на эти издания обратили внимание некоторые грамотные мусульмане, которые не только приобретали их для чтения, но и распространяли среди мусульманского населения[54].

Русская пресса

За годы работы в Кавказском цензурном комитете в переписке С. Мелик-Меграбова красной нитью проходит мысль о том, что кавказские русские газеты являются таковыми лишь по названию, так как, оставаясь под влиянием неблагонадежных лиц и продолжая безостановочно антирусскую пропаганду, они открыто выражают несогласие с чрезвычайными мерами, которые предпринимает правительство, чтобы защитить край от участившихся разбойных нападений. Эти газеты пытались доказать незаконность мер, которые якобы возбуждают «племенную рознь», и тем самым потворствуют продлению в крае неурядиц[55].

Цензор с иронией ссылался на столичные бесцензурные газеты, которые якобы с завистью смотрели на кавказскую подцензурную печать[56]. В качестве аргумента он приводит в пример заметку из газеты «Гражданин», в которой по поводу газеты «Новое обозрение» было написано, что «в Тифлисе существует газета на русском языке, с русским редактором, старающаяся осмеивать и ронять все русское»[57].

С. Мелик-Меграбов не без основания представлял русских издателей и редакторов как подставных лиц, за которыми стояла местная интеллигенция, в основном армянская, располагающая значительными средствами и влиянием в обществе[58]. Он обвинял местную буржуазию в подкупе благонадежных лиц ради пропаганды своих целей: возбуждения недовольства в населении края правительством и местной администрацией, систематического преследования и дискредитации правительственных лиц, распростра-

нения в народе духа сепаратизма, который исключал любую солидарность с русским господствующим классом[59].

В редакторских колонках и статьях тифлисских русских газет С. Мелик-Меграбов изобличал издателей, которые пытались отрицать роль вековой русской цивилизации на Кавказе, мотивировали ненужность русского языка для большинства местного населения[60], оспаривали культурное значение русского народа по отношению к «туземному» населению и при этом описывали незавидное состояние русского народа, личное счастье которого власть променяла на интересы государства[61].

Грузинская печать

По оценке С. Мелик-Меграбова, армянская печать отличалась от грузинской тем, что продвигала свои идеи в более или менее обтекаемых формах, истинное содержание которых было завуалировано и недоступно многим читателям. В то же время политическая тенденциозность в грузинской печати имела явное и определенное выражение[62].

Цензор сетовал, что в грузинской печати открыто выражалось недовольство положением грузинского народа и церкви и стремление к национальному сепаратизму[53].

Данное мнение С. Мелик-Меграбова в дальнейшем меняется наперекор коллегам по цензурному комитету. Так, 14 марта 1889 г. княгиня Варвара Авалова представляет в цензуру произведение «Родина» («სამშობლო» – «Самшобло»), чтобы получить разрешение на постановку этой пьесы в Банковском театре. Одноименную пьесу В. Сарду, переделанную князем Д. Эристовым и изданную в типографии Меликова по цензурному дозволению от 22 июня 1882 г., председатель К. Якимов и два члена Кавказского цензурного комитета – старший цензор В. Безобразов и младший цензор Г. Караханов – посчитали нежелательной для постановки. Причина заключалась в том, что немалую часть мирного населения края составляли персы, а цензоры посчитали некорректным разыгрывать на их глазах сцены варварства их предков и сослались на то, что ставить пьесу «едва ли политично по отношению к этому народу, так и Персидскому правительству»[64].

С. Мелик-Меграбов интерпретировал пьесу по-своему: хотя некоторые личности видели в произведении стремление к сепаратизму грузинского народа, но, по его мнению, пьеса показывала, в какой степени грузинский народ проникнут чувством любви

к своей родине и в то же время является истинным приверженцем христианской веры, за которую принесли себя в жертву лучшие сыны грузинского народа. В своем докладе цензор заявлял о безграничной преданности грузин России, а также монарху.

А если пьеса считается оскорбительной для мусульман, то вместе с ней цензор предлагал запретить также постановку армянских драматических произведений, разрешенных прежним Наместником, в которых присутствовали сцены жестокости, «которой подвергались армяне в борьбе за веру, как, например, “Вардан Мамиконян”, “Аршак II”, “Самвел”»[65]. Следует заметить, что пьеса «Родина» была разрешена к постановке только в 1891 г.[66]

Примечательно, что уже в 1907 г. С. Мелик-Меграбов в своем письме к русскому царю Николаю II, подводя итог своих «предвидений», пишет, что «плоды у всех на виду»: открытое стремление к сепаратизму еще так недавно горячо преданного России грузинского народа и не менее привязанного к ней армянского народа, а также мощный фактор в лице татар, стоящих во главе общемусульманского движения в России, которые «причинят России больше хлопот, чем все инородцы вместе взятые»[67].

Выводы

Можно констатировать, что деятельность С. Мелик-Меграбова в Кавказском цензурном комитете проходила в различных социально-политических реалиях, что наложило свой отпечаток на методы работы цензора. В целом его отношение к местной печати зависело от личных отношений с сотрудниками редакций, а интерпретация творческой продукции и деятельности местных и иностранных авторов могла идти вразрез с суждениями коллег. Рассуждения о содержании местной и иностранной прессы носили упреждающий характер, что часто являлось средством дискредитации председателя и сотрудников Кавказского цензурного комитета. Обособление от коллектива в конечном итоге стало причиной изоляции, а впоследствии и увольнения цензора. Демонстративное стремление С. Мелик-Меграбова угодить российскому престолу способствовало созданию им стереотипного образа тифлисской прессы, проповедующей узконациональные идеи нелояльных к российскому политическому строю сил. Данное обстоятельство часто игнорировалось местным руководством, но иногда оказывало серьезное воздействие на принятие решений столичными властями.

Примечания

[1] *Арцруни Г. Е.* Пресса и цензура // Мшак. 1891. № 28. Март, 12. С. 1.

[2] *Варадинов Н. В.* Сборник узаконений и распоряжений правительства по делам печати. СПб.: Тип. Ретгера и Шнейдера, 1878. С. 259–260.

[3] Первый процесс «Обзора»: первый отчет заседаний тифлисского окружного суда и тифлисской судебной палаты. Тифлис: Изд-во Центральной книжной торговли, 1879. С. 58–59.

[4] Армянский писатель Раффи в историографическом исследовании «Меликства Хамсы» утверждает, что отец цензора Аваг Хан Мелик-Меграбов был уроженцем Нахичевани и служил в русском консульстве в Тебризе, одновременно являясь начальником местных русскоподданных купцов (таджир-баша): «Он снискал большое уважение и славу в Персии, а среди местных христиан оставил незабвенную память, дважды избавляя армян Тебриза от страшной резни разъяренных фанатизмом мусульман» (*Раффи*. Меликства Хамсы // Раффи. Собр. соч.: в 10 т. Т. 10. Ереван: Айпетрат. 1964. С. 349.

[5] Рознец – прочтение слова «цензор» наоборот. *Патканян Р.* Бесконечные стенания // Гамар-Катипа. Стихотворения. Петербург: Тип. Я. И. Либермана, 1895. С. 157–158.

[6] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 614. Л. 571 об.

[7] Первый процесс «Обзора». Указ. соч. С. 79-80.

[8] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 614. Л. 321 об.

[9] Там же. Л. 327.

[10] Там же. Л. 598 об.

[11] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 616. Л. 24-25.

[12] Кешкюль: перев. с арабск. ‘портфель’; с азерб. ‘большая чаша для сбора подаяний, выдолбленная из кокосового ореха или сделанная из дерева’. В восточной классической литературе – сборник стихов, сборник литературных произведений. Насраддинов Н. Первый номер журнала «Кешкюль» Режим доступа: http://zim.az/media/776-kkl-jurnalnn-birinci-nmrsi-tiflis31-yanvar-1883-c-il-v-yaxud-tarixilr-trtib-et-diyiniz-drsliklri-bir-daha-yoxlayn.html (дата обращения: 25.05.2022).

[13] НАГ. Ф. 480. Оп. 1. Д. 967. Л. 1.

[14] Там же.

[15] Там же. Л. 1-9.

[16] Первый процесс «Обзора». Указ. соч. С. 13.

[17] В четверг, 22 мая... // Кавказ. 1880. № 140. Май, 24. С. 2.

[18] Письмо к редактору // Кавказ. 1880. № 143. Май, 27. С. 2.

[19] Внутренние новости // Мшак. 1882. № 101. Июнь, 9. С. 2.

[20] Маленькие новости // Меху Айастани. 1882. № 61. Июнь, 13. С. 4.

[21] Газета «Русский курьер» ... // Кавказ. 1882. № 152. Июнь, 11. С. 1.

[22] *Раффи*. Письмо Мелкону Паняну // Раффи. Собр. соч. в 10-и т. Т. 10. Ереван: Айпетрат, 1964. С. 573.

[23] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 614. Л. 40.

[24] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 615. Л. 241 об.

[25] Практика местных ростовщиков... // Новое обозрение. 1885. № 357. Янв., 9. С. 2.

[26] Тифлис. 18 января // Новое обозрение. 1885. № 367. Янв., 19. С. 2.

[27] Там же.

[28] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 614. Л. 56–57.

[29] Там же. Л. 58 об.

[30] НАГ. Ф. 480. Оп. 1. Д. 761. Л. 1.

[31] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 615. Л. 218 об.

[32] Там же.
[33] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 614. Л. 551.
[34] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 616. Л. 141.
[35] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 614. Л. 269.
[36] Там же. Л. 571.
[37] Там же. Л. 39–42.
[38] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 616. Л. 133.
[39] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 615. Л. 209 об.
[40] ГНЦР. Ф. Е. Вайденбаума. Д. 60. Л. 62.
[41] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 614. Л. 388–389.
[42] ГНЦР. Фонд Е. Вайденбаума. Д. 60. Л. 75–75 об.
[43] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 614. Л. 353.
[44] Там же. Л. 60.
[45] Там же. Л. 40 об.
[46] Там же. Л. 63 об.
[47] Там же. Л. 322.
[48] Там же. Л. 407 об
[49] Там же. Л. 325.
[50] Там же. Л. 59 об.
[51] Там же. Л. 323.
[52] Там же. Л. 41.
[53] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 616. Л. 149–150.
[54] Там же. Л. 149.
[55] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 614. Л. 420 об.
[56] Там же. Л. 40.
[57] Там же. Л. 215.
[58] Там же. Л. 55.
[59] Там же. Л. 56.
[60] Там же. Л. 325.
[61] Там же. Л. 213.
[62] Там же. Л. 41.
[63] Там же. Л. 41 об.
[64] НАГ. Ф. 480. Оп. 1. Д. 975. Л. 8.
[65] Там же. Л. 3 об.
[66] Там же. Л. 17.
[67] РГИА. Ф. 776. Оп. 20. Д. 615. Л. 209 об.–210.

Библиография

Аракелян Ф. А. Иноэтническая пресса в России. По материалам армянской печати. СПб.: Роза мира, 2004.

Арешян С. Г. Армянская печать и царская цензура. Ереван: Изд-во АН Арм ССР, 1957.

Гаджиева Л. О. Влияние первой русской революции на развитие русскоязычной печати в Баку // Актуальные проблемы изучения гуманитарных наук. 2018. № 1. С. 139–145.

Геворкян Л. М. Григор Арцруни и его «Мшак». Ереван: Изд-во НАН РА, 1996.

Даниелян Т. Р. Взгляды цензора Соломона Мелик-Меграбова на иноэтнический фактор в прессе Российской империи // Медиа в современ-

ном мире. 60-е Петербургские чтения: сб. матер. Междунар. научн. форума (30 июня – 2 июля). Т. 2. СПб.: Медиапапир. 2021. С. 17–19.

Жилякова Н. В. Злой цензор, добрый цензор: специфика цензурирования первой частной газеты в Томске («Сибирская газета», 1881–1888 гг.) // Вестн. Томск. гос. ун-та. Филология. 2019. № 61. С. 256–270. DOI: 10.17223/19986645/61/15

Жирков Г. В. История цензуры в России XIX-XX вв: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2001. Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text9/37.htm#%D0%B7_15 (дата обращения: 26.04.2022).

Жирков Г. В. Прощание журналистики с литературным процессом // Русская литература и журналистика в движении времени. Ежегодник 2017 / под ред. проф. *Е. И. Орловой*. М.: Фак. журн. МГУ, 2018. С. 307–319.

Зейналов А. А. Проблема взаимоотношений азербайджанской литературы и печати с цензурой (1850-1905): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Баку, 1990.

Лавров А. В. Как Корней Чуковский не стал политическим заключенным (материалы к истории журнала «Сигнал») // Русская литература. 2016. № 2. С. 124–140.

Мелконян А. Литературное наследие Петроса Мадатяна (ашуга Сеяда) // Эчмиадзин: Святой Эчмиадзин. 2016. Июнь. С. 62–73.

Мовлаева С. А. Статья первого исследователя «Каспия» // «Газета трех веков» / под ред. *Н. Маммадли*. Баку: Издательское дело, 2016. С. 17–23.

Мхитарян М. Из материалов Кавказского цензурного комитета // Историко-филологический журнал. 1974. № 3. С. 105–112.

Патрушева Н. Г. Цензоры дореволюционной России половины 19 – начала 20 века (историко-социологический аспект) // Вестн. Брянск. гос. ун-та: история, литературоведение, право, языкознание. 2011. № 2. С. 82–85.

Патрушева Н. Г. Цензурное ведомство в государственной системе Российской империи во второй половине XIX – начале XX века. СПб.: Северная звезда, 2013.

Сенюткина О. Н., Гусева Ю. Н. Панисламизм и пантюркизм в осмыслении российских чиновников (начало XX века) // Новый исторический вестник. 2019. № 2 (60). С. 21–36. DOI: 10.24411/2072-9286-2019-00010

Табидзе М. Особенности тайного и открытого языкового планирования 19–20 вв. в Грузии (цензура) // Спекали. 2012. № 5. С. 54–69.

Тунян В. Г. Деятельность католикоса Макара 1885–1891 гг. Ереван: Чартарагет, 2011.

Чиковани Л. Ф. Нико Николадзе и демократическая печать Грузии 70–80-х годов XIX века (по материалам местных русских газет). Тбилиси: Мецниереба. 1989.

Notes

Artsruni G. E. (1891) Pressa i tsenzura [The Press and Censorship]. *Mshak* 28, 12 March: 1.

Gazeta «Russkiy kur'yer» ... [The Russky Kuryer Newspaper]. *Kavkaz* 152, 11 June: 1.

GNTsR Fond E. Vaydenbauma. D. 60 [Georgian National Centre of Manuscripts. Fund E. Vaydenbaum. File 60].

Malen'kiye novosti [Minute News] (1882) *Mekhu Hayastani* 61, 13 June: 4.

NAG. F. 480. Op. 1. D. 967. L. 1. [National Archive of Georgia. Fund 480. Inv. 1. File 967. Sh. 1].

Nasraddinov N. *Pervyy nomer zhurnala «Keshkyul'»* [The First Issue of the Keshkiul Magazine]. Available at: http://zim.az/media/776-kkl-jurnalnn-birinci-nmrsi-tiflis31-yanvar-1883-c-il-v-yaxud-tarixilr-trtib-etdiyiniz-drsliklri-birdaha-yoxlayn.html (accessed: 25.05.2022).

Patkanyan R. (1895) *Beskonechnyye stenaniya* [Endless Moaning]. In Gamar-Katipa. *Stikhotvoreniya* [Poems]. St. Petersburg: Publ. of Ya. I. Liberman. Pp. 157–158.

Pervyy protsess «Obzora»: pervyy otchet zasedaniy tiflisskogo okruzhnogo suda i tiflisskoy sudebnoy palaty [The First Trial of Obzor: the First Report of the Sessions of the Tiflis District Court and the Tiflis Judicial Chamber] (1879) Tiflis: Publ. of Tsentral'noy knizhnoy torgovli. Pp. 58–59.

Pis'mo k redaktoru [A Letter to the Editor] (1880) *Kavkaz* 143, 27 May: 2.

Praktika mestnykh rostovshchikov [The Practice of Local Moneylenders] (1885) *Novoye obozreniye* 357, 9 January: 2.

Raffi (1964) Pis'mo Melkonu Panjanu [A Letter to Melkon Panyan]. In *Raffi. Sobr. soch. v 10-i t. T. 10* [Raffi. Collected works in 10 volumes. Vol. 10]. Yerevan: Aypetrat Publ. P. 573.

Raffi (1964) Melikstva Hamsy [Melikdoms of Hamsa]. In *Raffi. Sobr. soch. v 10-i t. T. 10* [Raffi. Collected works in 10 volumes. Vol. 10]. Yerevan: Aypetrat Publ.

RGIA. F. 776. Op. 20. D. 614, 615, 616 [Russian State Historical Archive. Fund 776. Inv. 20. Files 614, 615, 616].

Tiflis. 18 yanvarya [Tiflis. January 18] (1885) *Novoye obozreniye* 367, 19 January: 2.

V chetverg, 22 maya... [On Thursday, May 22...] (1880) *Kavkaz* 140, 24 May: 2.

Varadinov N. V. (1878) *Sbornik uzakoneniy i rasporyazheniy pravitel'stva po delam pechati* [Collection of Legislations and Orders of the Government on Press Matters] St. Petersburg: Retgera i Shneydera Publ. Pp. 259–260.

Vnutrenniye novosti [Domestic News] (1882) *Mshak* 101, 9 June: 2.

References

Arakelyan F. A. (2004) *Inoetnicheskaya pressa v Rossii. Po materialam armyanskoy pechati* [The Foreign-Ethnic Press in Russia. A Case Study of the Materials of the Armenian Press]. St. Petersburg: Roza mira Publ. (In Russian).

Areshyan S. G. (1957) *Armyanskaya pechat' i tsarskaya tsenzura* [The Armenian Press and Tsarist Censorship]. Yerevan: Publisher of the Academy of Sciences of the Armenian SSR. (In Russian).

Chikovani L. F. (1989) *Niko Nikoladze i demokraticheskaya pechat' Gruzii 70–80-kh godov XIX veka (po materialam mestnykh russkikh gazet)* [Niko Niko-

ladze and the Democratic Press of Georgia in the 70s-80s of the 19th Century (a Case Study of the Materials from Local Russian Newspapers)]. Tbilisi: Metsniyereba Publ. (In Russian)

Danielyan T. R. (2021) Vzglyady cenzora Solomona Melik-Megrabova na inojetnicheskij faktor v presse Rossiyskoy imperii [The Views of the Censor Solomon Melik-Megrabov on the Foreign-Ethnic Factor in the Russian Empire's Press] In *Media v sovremennom mire. 60-e Peterburgskie chteniya: sb. mater. Mezhdunar. nauchn. foruma (30 iyunya – 2 iyulya). T. 2.* [Media in the Contemporary World. The 60th Petersburg Readings: Proceedings of the International Scientific Forum (June 30 – July 2). Vol. 2]. St. Petersburg: MediaMir Publ. Pp. 17–19. (In Russian)

Gadzhiyeva L. O. (2018) Vliyaniye pervoy russkoy revolyutsii na razvitiye russkoyazychnoy pechati v Baku [The Influence of the First Russian Revolution on the Development of the Russian-Language Press in Baku]. *Aktual'nyye problemy izucheniya gumanitarnykh nauk* 1: 139–145. (In Russian)

Gevorkyan L. M. (1996) *Grigor Artsruni i ego «Mshak»* [Grigor Artsruni and his Mshak]. Yerevan: Publishing house of the National Academy of Sciences of the Republic of Armenia. (In Armenian)

Lavrov A. V. (2016) Kak Korney Chukovskiy ne stal politicheskim zaklyuchennym (materialy k istorii zhurnala «Signal») [How Korney Chukovsky Did Not Become a Political Prisoner (Materials for the History of the Signal Magazine)]. *Russkaya literatura* 2: 124–140. (In Russian)

Melkonyan A. (2016) Literaturnoye naslediye Petrosa Madatyana (ashuga Seyada) [Literary Heritage of Petros Madatyan (ashug Seyada)]. *Echmiadzin: Svyatoy Echmiadzin* June: 62–73. (In Armenian)

Mkhitaryan M. (1974) Iz materialov Kavkazskogo tsenzurnogo komiteta [From the Materials of the Caucasian Censorship Committee]. *Historical-Philological Journal* 3: 105–112. (In Armenian)

Movlayeva S. A. (2016) Stat'ya pervogo issledovatelya «Kaspiya» [Article by the first explorer of the Caspian Newspaper] In N. Mammadli (ed.) "*Gazeta trekh vekov"* [Newspaper of Three Centuries]. Baku: Izdatel'skoye delo Publ. (In Russian)

Patrusheva N. G. (2011) Tsenzory dorevolyutsionnoy Rossii vtoroi poloviny XIX – nachala XX veka (istoriko-sotsiologicheskiy aspekt). [Censors of Pre-Revolutionary Russia in the Second Half of the 19th – Early 20th Century (the historical and sociological aspect).] *Vestnik Bryanskogo gosudastvennogo universiteta: istoriya, literaturovedeniya, pravo, yazykoznaniye* 2: 82–85. (In Russian)

Patrusheva N. G. (2013) *Tsenzurnoye vedomstvo v gosudarstvennoy sisteme Rossiyskoy imperii vo vtoroy polovine XIX – nachale XX veka* [The Censorship Department in the State System of the Russian Empire in the Second Half of the 19th – Early 20th Century] St. Petersburg: Severnaya Zvezda Publ. (In Russian)

Senyutkina O. N., Guseva Yu. N. (2019) Panislamizm i pantyurkizm v osmyslenii rossiyskikh chinovnikov (nachalo XX veka) [Pan-Islamism and Pan-Turkism as Understood by Russian Officials (Early 20th Century)]. *Novyy istoricheskiy vestnik* 2 (60): 21–36. DOI: 10.24411/2072-9286-2019-00010 (In Russian)

Tabidze M. (2012) Osobennosti taynogo i otkrytogo yazykovogo planirovaniya 19–20 vv. v Gruzii (tsenzura) [The Peculiarities of Secret and Open Linguistic Planning in Georgia of the 19th-20th centuries (Censorship]. *Spekali* 5: 54–69. Available at: http://www.spekali.tsu.ge/index.php/en/article/viewArticle/5/43 (accessed: 26.04.2022). (In Georgian)

Tunyan V. G. (2011) *Deyatel'nost' katolikosa Makara 1885–1891 gg.* [Activity of Catholicos Makar 1885–1891]. Yerevan: Chartaraget Publ. (In Russian)

Zeynalov A. A. (1990) *Problema vzaimootnosheniy azerbaydzhanskoy literatury i pechati s tsenzuroy (1850–1905)*: avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk. [The Problem of Relationship between Azerbaijani Literature and the Press with Censorship (1850–1905): extended abstract of Dr. philol. sci. diss.] Baku. Available at: http://cheloveknauka.com/problema-vzaimootnosheniy-azerbaydzhanskoy-literatury-i-pechati-s-tsenzuroy-1850-1905 (accessed: 26.04.2022). (In Russian)

Zhilyakova N. V. (2019) Zloy tsenzor, dobryy tsenzor: spetsifika tsenzurirovaniya pervoy chastnoy gazety v Tomske («Sibirskaya gazeta», 1881–1888 gg.) [A Bad Censor, A Good Censor: Specificity of Censoring the First Private Newspaper in Tomsk (Sibirskaya Gazeta, 1881–1888)]. *Vestn. Tomsk. gos. un-ta. Filologiya* 61: 256–270. DOI: 10.17223/19986645/61/15 (In Russian).

Zhirkov G. V. (2001) *Istoriya tsenzury v Rossii XIX–XX vv: Uchebnoye posobiye* [History of Censorship in Russia of the 19th – 20th Centuries: a Study Guide]. Moscow: Aspekt Press Publ. Available at: http://evartist.narod.ru/text9/37.htm#z_15 (accessed: 26.04.2022). (In Russian)

Zhirkov G. V. (2018) Proshchaniye zhurnalistiki s literaturnym protsessom [Farewell of Journalism with the Literary Process]. In E. I. Orlova (ed.) *Russkaya literatura i zhurnalistika v dvizhenii vremeni. Ezhegodnik 2017* [Russian Literature and Journalism in the Movement of Time. Yearbook 2017]. Moscow: MSU Faculty of Journalism Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
15.06.2022

Яблоновская Наталья Всеволодовна, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций Института медиакоммуникций, медиатехнологий и дизайна, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия; e-mail: yablon@rambler.ru

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭТНИЧЕСКОЙ ПРЕССЫ В КРЫМУ В 1920-е гг.[1]

В статье исследуется формирование системы этнических СМИ в Крыму непосредственно после утверждения на полуострове власти большевиков в 1920–1922 гг. и в контексте проведения политики коренизации в 1923–1930 гг. Автор анализирует особенности партийных методов руководства прессой. Проведенный анализ позволил сделать вывод о том, что издания 1920-х гг., учрежденные новой властью, выполняли пропагандистскую функцию и во многом порывали с традициями крымской этнической журналистики досоветского периода, а система крымской этнической прессы периода коренизации не была релевантной этническому составу многонационального Крыма.

***Ключевые слова**: история журналистики, коренизация, крымская пресса, этническая пресса, Крымская АССР.*

Natalia V. Yablonovskaya, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Journalism and Media Communications, Institute of Media Communications, Media Technologies and Design, Vladimir Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia; e-mail: yablon@rambler.ru

DEVELOPMENT FEATURES OF THE ETHNIC PRESS SYSTEM IN CRIMEA DURING THE 1920S

The article deals with the development features of the ethnic media system in Crimea in the 1920s, immediately after the establishment of the Bolshevik regime (1920–1921) and in the conditions of the national policy of korenization in the Crimean ASSR (1921–1930). The research reveals the state and specifics of ethnic media in Crimea at the initial stage during the formation of the party-Soviet press system. It also identifies the main trends in the formation of the Crimean ethnic journalism system in the period of korenization. The research methods are determined by their purpose and objectives. The article uses a systematic approach, as well as methods of historical-typological and problem-chronological analysis and the like. The trends in the development of ethnic journalism in Crimea in the 1920s are revealed in historical sequence, in close connection with the general direction of the party-Soviet press system formation, as well as taking into account the regional specifics of national policy implementation. The author identifies two stages in the development of the ethnic

press system in Crimea in the 1920s. At the first stage (November 1920–1922), a certain attempt was made to organize a system of Bolshevik ethnic publications on the Crimean peninsula, designed to establish a dialogue between the party-Soviet bodies and the most influential ethnic groups: Crimean Tatars, Germans and Armenians. At the same time, newspapers and magazines launched in 1920–1922 performed a propaganda function and largely broke with the ideological traditions of Crimean ethnic journalism of the pre-Soviet period. From 1923 to 1930, after the official announcement of korenization policy, the system of the Crimean ethnic press ceased to correspond to the ethnic composition of multinational Crimea, since it was represented mainly by Crimean Tatar publications. Crimean Tatar journalism, which experienced a flourishing period from 1923 to 1927, was subjected to harassment in 1928 in connection with the attack on the Crimean Tatar Communists and lost a significant part of its national identity. The reasons for the noted shortcomings in the formation of the ethnic media system in Crimea in the 1920s lay in the regulation of ethnic and cultural processes using administrative and command methods, without taking into account the opinions, traditions and values of national communities.

***Key words**: history of journalism, korenization, Crimean press, ethnic press, Crimean ASSR.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2023.188207

Введение

Крымская этническая журналистика 1920-х гг. представляет собой сложное явление, на формирование которого – помимо общих для всей системы партийно-советской прессы идеологических, общественно-политических, экономических и правовых факторов – оказали влияние особенности национальной политики на полуострове и традиции издательской деятельности населяющих его этносов.

На протяжении последнего двадцатилетия отечественные ученые активно обращаются к этническим изданиям Крыма 1920-х гг. Так, И. А. Керимовым исследованы содержательные особенности крымскотатарских журналов «Ильк адым» (2020) и «Бильги» (2019), составлен список псевдонимов и криптонимов, под которыми публиковались крымскотатарские журналисты и писатели (2018), а также сделан обзор крымскотатарских изданий, выходивших в Крыму в довоенный период (2013). Ряд архивных данных, связанных с историей выхода газеты «Енъи дюнья», журналов «Окъув ишлери» и «Илери», введен в научный оборот Б. В. Змерзлым (2005а; 2005б). Г. З. Юксель проанализированы организационно-

функциональный и идейно-содержательный аспекты крымскотатарских изданий 1920-х гг. (2014). Р. И. Хаяли дан обзор тенденций развития крымскотатарской периодики в 1920–1930 гг. (2016). Н. В. Яблоновской и Л. Ш. Джелиловой изучены история создания, структура, типологическое и проблемно-тематическое своеобразие крымскотатарского журнала «Асрий мусульманлыкъ» (2019). Отражение процессов национального возрождения и диалога культур в истории развития этнической прессы Крыма рассматривается в работах автора настоящей статьи (Яблоновская, 2006), в том числе в условиях плана коренизации (2007). Однако комплексной и целостной картины развития этнической журналистики Крыма в 1920-е гг. исследователями до сих пор предложено не было.

Необходимо отметить, что в многочисленных работах по национальной политике Крымской АССР (Фридман,1991; Брошеван, Форманчук,1992; Чебанова, 1998; Волобуева, 1999; Господаренко,1999; Дённингхаус,1999; Хованцев, 1999; Пащеня, 2004; Чеботарева, 2006; Зарубин, Зарубин, 2008; Хаяли, 2017; Кондратюк, 2020; 2022; Баранов, Ишин, Касьянов, Рожко, 2021 и др.) вопрос о ее влиянии на развитие этнических СМИ также не получил полноценного рассмотрения, что и предопределило необходимость его изучения в настоящей статье.

В рамках данной работы мы исследуем особенности формирования и развития системы этнических СМИ в Крыму в 1920-е гг. – непосредственно после утверждения на полуострове режима большевиков (1920–1921) и в условиях реализации национальной политики в Крымской АССР (1921–1930).

Целью и задачами исследования обусловлено применение системного подхода, а также методов историко-типологического и проблемно-хронологического анализа. Тенденции развития этнической журналистики Крыма в 1920-е гг. раскрыты в исторической последовательности в тесной связи с общим направлением формирования системы партийно-советской прессы, а также с учетом региональных особенностей реализации национальной политики.

Этнические издания на начальном этапе формирования в Крыму системы партийно-советской прессы (1920–1922)

В результате окончательного утверждения в ноябре 1920 г. власти большевиков в Крыму были ликвидированы национальные партии и общества. Члены «Союза русского народа» были аресто-

ваны, члены армянской партии «Дашнакцутюн» высланы из Крыма, члены сионистских организаций подвергались преследованиям, еврейская коммунистическая партия (ЕКП ПЦ) была легализована большевиками и уже в декабре 1922 г. отказалась от содействия эмиграции евреев в Палестину и слилась с РКП(б) (Зарубин, Зарубин, 2008: 675–676). Также была закрыта крымскотатарская партия Милли-Фирка: часть представителей правого крыла партии (и в первую очередь Джафер Сейдамет) эмигрировала, чтобы из-за границы вести борьбу с советской властью; часть (и среди них – будущий председатель КрымЦИК Вели Ибраимов) – пошла на сотрудничество с большевиками.

Ликвидация всех небольшевистских партий и организаций привела к закрытию выходивших ранее этнических изданий. Крымскотатарские издания, которые были органами национального правительства либо национальных общественно-политических и религиозных структур, «Известия Караимского Духовного правления», отстаивающие идею сохранения караимской религии и караимства, еврейские издания, поддерживающие идеи сионизма, были чужды новой власти.

Решение национального вопроса в Крыму было возложено на партийно-советские органы, которые с конца ноября 1920 г. приступили к созданию национальных секций в структуре Крымского обкома РКП(б), областного комитета РКСМ, местных партийных и комсомольских комитетов. При Крымском обкоме начали работу мусульманская (позднее – татарская), немецкая, еврейская и армянская секции. Для координации их работы при отделе агитации и пропаганды обкома был создан подотдел национальных меньшинств (Брошеван, Форманчук, 1992: 34–58). Национальными бюро при Крымском обкоме были открыты крымскотатарская, немецкая и армянская газеты.

В ноябре 1920 г. под редакцией Мамута Недима начала выходить крымскотатарская газета «Енъи дюнья» («Новый мир»). Она была основана в 1918 г. в Москве Мустафой Субхи как орган ЦК турецкой компартии (на турецком языке). В период Крымской социалистической советской республики (конец апреля–конец июня 1919 г.) – переведена в Симферополь, где издавалась на крымскотатарском языке. В 1920 г. газета возобновила выход в Симферополе как орган Мусульманского бюро при Крымском обкоме РКП(б). В первое время тираж «Енъи дюнья» напрямую

зависел от наличия бумаги: в январе 1921–500 экземпляров, в апреле –1 000, в сентябре – 1 500 (Змерзлый, 2005а: 87).

Второго декабря 1920 г. в Симферополе вышел первый номер газеты немецких колонистов *Die Rote Krim* («Красный Крым»). Редакция издания сразу же постаралась приблизить тематику к интересам читателей, однако отношение колонистов к газете, «подаренной немцам Крыма советской властью», было настороженным: члены редакции не были знакомы с жизнью крымских колонистов, отношениями в их среде. Кроме того, не все читатели знали немецкий язык, потом возникли проблемы со шрифтом, и редакция вынуждена была искать помощи «на севере». Однако самой большой проблемой было финансирование. Чтобы спасти газету, редакция взяла кредит, а затем обратилась за поддержкой к подписчикам: собирая средства на продолжение издания, журналисты одновременно выясняли интересы читателей. Так появились статьи об агрономии, корреспонденции на специальные темы, приложения к газете – *Der Schulmann* («Учитель») и *Der Bauersmann* («Крестьянин»)[2].

Сразу после установления советской власти в Крыму начала выходить армянская газета «Кармир уги» («Красный путь) (Зарубин, Зарубин, 2008: 678). Затем, в июне 1921 г., в Симферополе – четырехполосная еженедельная газета на армянском языке «Комунаи занг» («Колокол коммуны») – орган Армбюро при Крымском РКП (четвертая полоса издания была русскоязычной). Редактором значилась редакционная коллегия, издателем – Крымское областное отделение Государственного издательства, тираж составлял 1 000 экземпляров. Приложение к газете – «Красная молодежь» – стало органом Армбюро при обкоме ВЛКСМ.

По неподтвержденным сведениям Г. Д. Левоняна, в 1921–1922 гг. в Симферополе выходила еще одна армянская газета «Комунаи дзайн» («Голос коммуны») – орган Крымского районного бюро РКП(б) (1934: 1045).

Появились также местные этнические издания. 5 июля 1921 г. в Феодосии под редакцией Османа Дерен-Айерлы начала выходить еженедельная газета на крымскотатарском языке «Догру ёл» («Правильный путь») – орган Агитпропа Феодосийского укома РКП(б). Согласно архивным данным, в Бахчисарае в 1921 г. выходила крымскотатарская районная газета «Къызыл япрак» («Красный листок»)[3].

Новая власть не отказалась от поддержки культурно-просветительских этнических изданий, опыт выпуска которых был накоплен в предшествующий период. Так, крымскотатарский писатель и педагог Абибулла Одабаш, издававший при правительстве П. Н. Врангеля ежемесячный литературно-критический журнал «Ешиль ада» («Зеленый остров»), в 1921 г. уже под лозунгом «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!» начал издание ежемесячного педагогического, научного, литературного и общественного журнала «Бильги» («Знание»).

Практиковался также специальный выпуск газет и журналов. 1 июля 1921 г. в ознаменование Всекрымской областной конференции Всекрымского союза молодежи была издана крымскотатарская газета «Тонгъуч» («Первенец»). 24 июля 1921 г. вышел специальный выпуск крымскотатарского журнала «Ильк адым» («Первый шаг»), приуроченный к проведению Крымскотатарской секции конференции беспартийных.

Этническая пресса, возникшая в Крыму в первый год советской власти, демонстрирует попытку большевистских партийно-государственных органов поддержать этнокультурные потребности жителей многонационального Крыма (армян, крымских татар и немцев). В то же время открытые в Крыму в 1920–1921 гг. этнические издания стали заложниками идеологической монополии большевиков, в результате которой из печати исчез значительный проблемно-тематический пласт, разрабатываемый прессой полуострова на протяжении 1917–1920 гг.

Коренизация и меры партийно-советского регулирования деятельности крымскотатарских периодических изданий в Крымской АССР

18 октября 1921 г. была образована Крымская Автономная Советская Социалистическая Республика, конституция которой декларировала «равенство и право на свободное развитие всех национальностей Крыма» и отмену «всех существовавших ранее национальных и национально-религиозных привилегий и ограничений» (Горбунов (сост.), 1990: 257). Государственными языками республики стали русский и крымскотатарский.

В апреле 1923 г. XII съездом РКП(б) была провозглашена политика коренизации, то есть обеспечения развития национальных групп, национальных языков, их широкого использования, в том

числе в СМИ. Коренизация должна была коснуться всех народов, пострадавших при царизме. В Крыму основным направлением этой политики стала татаризация. Вопрос о татаризации стал основным на III Всекрымском съезде Советов, прошедшем 10–14 декабря 1923 г.

Такое внимание к крымским татарам, по мнению ученых, было связано с желанием Москвы превратить Крымскую АССР в так называемую «буферную» республику – своеобразное связующее звено между Страной Советов и мусульманским Востоком, который на позитивном примере Крыма еще предстояло увлечь коммунистической идеей.

Одним из результатов политики татаризации в середине 1920-х гг. стал расцвет крымскотатарской прессы. Главной крымскотатарской газетой республики оставалась «Енъи дюнья». С 1923 г. газета уже выходила как орган Крымского ЦИК и татарского бюро Крымского обкома РКП(б), а с 18 января 1924 г. – как орган Крымского ЦИК, обкома ВКП(б) и Крымпрофсовета. 24 марта 1923 г. СНК Крыма принял решение об обязательной подписке на «Енъи дюнья», была предпринята и попытка увеличить тираж издания до 2 000 экземпляров: всем сельсоветам, исполкомам, центральным государственным и хозяйственным органам, всем союзам, имеющим работников и чиновников татар, вменялось в обязанность стать подписчиками газеты. Начиная с этого времени, государственные органы были обязаны размещать объявления не только в газете «Красный Крым», но и в «Енъи дюнья»[4]. Однако тираж издания до 1925 г. остановился на уровне 1 500 экземпляров (из которых примерно 70% распределялось в деревню, 30% – в город)[5]. Газета выходила сначала еженедельно, затем 3 раза в неделю и, наконец, с 1 июня 1924 г.[6] стала ежедневной.

Основными рубриками газеты в середине 1920-х гг. были: 1) партийная жизнь; 2) сельское хозяйство; 3) жизнь деревни; 4) рабочая жизнь; 5) советское строительство; 6) жизнь женщин; 7) жизнь молодежи; 8) Красная армия; 9) о пионерах. Также по предложению отдела печати обкома были введены отделы библиографический и по руководству работой рабселькоров[7].

В конце 1921 г. татбюро при ОК РКСМ начало выпускать в качестве приложения к «Енъи дюнья» комсомольский листок «Яш орду» («Молодая армия»). 14 июля 1922 г. в Бахчисарае был отпечатан тиражом 200 экземпляров первый номер комсомольской газеты «Яш куввет» («Юная сила») (Бояджиев, 1931: 76). С 1923 г.

«Яш куввет» стал органом Крымского обкома РЛКСМ и был переведен в Симферополь. Основными отделами газеты были: сельскохозяйственный, партийный и комсомольский, военный, пионерский, культурного строительства. В начале своего существования «Яш куввет» выходила еженедельно, а с 15 декабря 1930 г. – ежедневно[8]. К 1926 г. тираж газеты составил 2 000 экземпляров.

Одним из изданий, отражающих веяние времени, стала газета для малограмотных «Йок олсун джаиллик!» («Долой неграмотность!») – орган Крымполитпросветотдела и общества «Долой неграмотность». Газету было решено издавать раз в две недели форматом половины «Енъи дюнья» и тиражом 1 000 экземпляров[9, 10]. С 1928 по 1930 г. она выходила под названием «Ильк адым» («Первый шаг»), сохранив периодичность и тираж своей предшественницы, а с 1930 по 1932 – как «Окъув-язув огърунда куреш» («Борьба за грамотность») – газета-книжка школ для малограмотных.

На крымскотатарском языке печатался ряд районных и многотиражных газет: «Къызыл Шаркъ» («Красный Восток») – орган татарской секции Феодосийского окркома РКП(б) (Феодосия, 1922–1923), «Къызыл аскер» («Красноармеец») – орган Крымской республиканской комиссии политического и территориального управления (частей Красной Армии) (б/м, 1925), «Смычка» – орган Ялтинского РК ВКП(б), райисполкома и профбюро (Ялта, 1924) и др.

Середина 1920-х гг. была отмечена выходом небывалого количества журналов на крымскотатарском языке (см. табл. 1).

Таблица 1

Название	Годы выхода	Учредитель	Тематическая направленность
«Асрий мусульманлыкъ» («Современное мусульманство»)	1924–1927	НУРДМК (Народное управление религиозными делами мусульман Крыма)	Религиозный, научный и философский журнал
«Енъи Чолпан» («Новая Венера»)	1923–1924	Наркомзем, комиссия по татаризации Наркомпроса	Политический, экономический, общественный и научно-литературный журнал
«Илери» («Вперед»)	1926–1930	Крымский обком ВКП(б)	Общественно-политический, научный и литературный журнал
«Козь айдын» («Благая весть»)	1927–1930	Комитет НТА (новотюркского алфавита), Пионерское бюро при Крымском обкоме ВЛКСМ	Литературно-художественный и общественно-политический журнал

Окончание таблицы 1

«Кой кооператоры» («Сельский кооператор»)	1925	Крымский союз сельскохозяйственных и кредитных кооперативов	Сельскохозяйственный журнал
«Окъув ишлери» («Проблемы просвещения»)	1925–1929	Крымнаркомпрос	Общественно-политический и педагогический журнал
«Тырнавуч» («Грабли»), приложение к газете «Яш куввет»	1925–1926	Крымский обком ВЛКСМ	Политический, литературный, сатирический журнал

Все крымскотатарские издания выходили при финансовой поддержке властей. В 1925 г. самоокупаемыми в Крыму были только две газеты – «Красный Крым» и «Маяк коммуны». Все другие газеты были дефицитными и не имели собственных оборотных средств, но постоянные субсидии получали только «Яш куввет» и «Енъи дюнья». Последняя получала также ежегодную дотацию СНК в размере 18 000 рублей, а ранее также средства от подотдела нацпечати. В материалах к докладу секретаря обкома в Центральном комитете за 1926 г. указывалось, что крымскотатарская печать получила 62,1% дотации на прессу из областного бюджета и 51,5% дотации из госбюджета[11]. В 1929 г. из 56 000 рублей дотации 44 500 рублей (79,46%) получили крымскотатарские газеты и журналы[12].

Постоянно контролировались обкомом и тиражи этих изданий. В резолюции секретариата обкома за 1926 г. по докладу отдела печати отмечалось, что тираж татарских газет почти полностью соответствует подписке на них (для «Енъи дюнья» это максимум 2 290 экз. и минимум 1 610 экз., для «Яш куввет» – соответственно 2 213 и 1 177). Перспективы развития тиражности крымскотатарских изданий были признаны благоприятными, поскольку, по данным Крымстатуправления, еще в 1922 г. в Крыму грамотных крымских татар было 53 925 человек (а к 1926 г. это число, несомненно, должно было возрасти). Максимум же подписчиков по обеим газетам (4 500 человек) составил всего 8,35% к числу грамотных татар. Таким образом, обком пришел к выводу, что «читательские кадры далеко не исчерпаны»[13].

Поэтому через два года такие тиражи были названы бюро обкома «чрезвычайно низкими» и «не соответствующими грамотности и культурности татарского населения», и в резолюции был установлен минимальный тираж в 3 000 экземпляров для газет «Енъи дюнья», «Яш куввет» и журнала «Козь айдын»[14].

Не оставалась без внимания партийных чиновников и организационная сторона деятельности крымскотатарских изданий. В циркуляре обкома РКП(б) № 9 от 5 июля 1924 г. были предложены меры по улучшению качества газет «Енъи дюнья» и «Яш куввет»: создание сети местных корреспондентов, в том числе селькоров, проведение агитации за распространение татарских газет и продвижение их в деревню[15].

В следующем году положение крымскотатарской прессы снова привлекает внимание партруководства: в циркуляре № 52 от 28 апреля 1925 г.[16] ставятся задачи проведения на местах с 5.05 по 5.06.1925 г. месячника нацпечати, привлечения к этой работе местных селькоров, сельского учительства, комсомольцев и пионеров, повышения тиражей газет «Енъи дюнья» и «Яш куввет».

В резолюции бюро обкома по докладу М. Недима о состоянии крымскотатарских газет и журналов от 1.03.1928 г. было предложено «установить обмен материалами и взаимопомощь» между русскими и татарскими газетами, используя совместные выезды, обмен клише и т. д., а также передвинуть время выпуска газеты «Енъи дюнья», приурочив его к выходу «Красного Крыма», – «в интересах своевременного помещения информационного материала»[17].

Поддержка крымскотатарских газет и журналов не была безвозмездной: в ответ партия ждала выполнения ими пропагандистской функции. При этом крымскотатарским СМИ удавалось успешно решать культурно-просветительские задачи: сохранять и развивать крымскотатарские язык, литературу и культуру, публиковать исследования по национальной истории и этнографии.

С 1928 г. начался процесс, обратный официальному курсу на татаризацию: была открыта борьба с «татарским буржуазным национализмом» (дело о «контрреволюционной организации “Милли Фирка” в Крыму» и суд над Вели Ибраимовым). Репрессии в отношении крымскотатарской интеллигенции рикошетом ударили по крымскотатарским изданиям: многие ведущие журналисты и писатели были репрессированы, изменился состав редакционных коллегий, из содержания и оформления газет и журналов стали устраняться этнокультурные элементы в пользу унифицированно советских.

Показательна судьба журнала «Илери», обвиненного секретариатом Крымского обкома ВКП(б) в «группировочных настроениях», «пропаганде националистических идей» и присутствии

в составе редакции «старой националистической интеллигенции». В январе 1929 г. Крымский обком постановил усилить партийное руководство изданием, «привлекая широкие круги советски настроенной интеллигенции» и «не допуская никаких идейных компромиссов, просачивания националистических идей и вообще каких-либо отклонений от марксистско-ленинской идеологии»[18].

Таким образом, если в 1923–1927 гг., когда в процесс издания крымскотатарских газет и журналов была вовлечена национальная интеллигенция, активно участвовавшая в крымскотатарском национальном движении периода Гражданской войны, политику татаризации в сфере журналистики можно признать успешной, то начиная с 1928 г., когда система крымскотатарской прессы сменила этнический характер на партийно-пропагандистский, следует говорить об обратном.

Неравенство национального строительства в Крыму в оптике этнической прессы

В начале 1920-х гг. в Крыму жили представители более 70 национальностей, из которых национальную структуру полуострова обуславливали 5, составлявшие 90% населения. Согласно переписи 1921 г., в Крыму проживало 298 666 (42,2% от всего населения) русских, 196 715 (26%) татар, 72 352 (9,5%) украинцев, 49 406 (6,9%) евреев, 42 350 (5,9%) немцев, 23 868 (3,4%) греков, 12 017 (1,7%) армян, 10 572 (1,5%) болгар, 5 734 (0,9%) поляков и др. (Господаренко, 2000: 268)

Как было отмечено выше, конституцией Крымской АССР всем национальностям Крыма было гарантировано право на свободное развитие. И в первый год существования Крымской автономии это право частично было реализовано партией в сфере поддержки этнической прессы.

Продолжала выход немецкая газета *Die Rote Krim*, переименованная в декабре 1921 г. в *Hammer und Pflug* («Молот и плуг») – орган подотдела немецких секций при Крымском областкоме РКП(б). Газета выходила раз в неделю. Тираж, заявленный в самой газете, колебался от 1 000 до 2 000 экз. Главным редактором газеты был Бернард Бартельс.

Однако в следующем году Крымским обкомом РКП(б) было принято решение отказаться от издания газеты «ввиду отсутствия средств»[19]. *Hammer und Pflug* выходила до 17 декабря 1922 г., всего

было выпущено 53 номера. В 1923 г. газета не издавалась, а в 1924–1925 гг. стала выходить в Одессе как орган немецких колонистов Украины, Крыма и Кавказа.

Без государственной поддержки осталась и армянская газета. В протоколах заседания Крымского обкома РКП(б) от 4 сентября 1922 г. было записано: «Ввиду отсутствия средств у областного комитета на издание армгазеты, таковую с 1 сентября изданием прекратить»[20].

Есть данные об издании в 1922 г. эстонской газеты, которая печаталась на шапирографе и распространялась в деревнях через просветительские кружки (Кондратюк, 2022: 48).

По мере превращения плана коренизации в план татаризации попытки удовлетворить культурно-просветительские запросы других национальных меньшинств полуострова становились все более редкими. За рамками системы национальных изданий остались украинцы, немцы, евреи, греки, болгары, армяне и другие этнические группы.

В 1926 г. секретариат обкома ВКП(б), «учитывая политическое настроение немцев-колонистов, значительное наличие их в Крыму, своеобразие условий их жизни, значительные культурные потребности», принял постановление об издании в Крыму немецкой крестьянской газеты, редактором которой временно был назначен т. Ротмунд из Нейзаца (немецкого села Симферопольского района), а секретарем – т. Беркло[21]. Однако начать издание газеты не удалось.

За период с конца 1922 г. по 1930 г. фиксировались лишь единичные случаи выхода не крымскотатарских этнических изданий в Крыму. Однако они не могли существенно исправить дисбаланс в развитии системы этнических СМИ периода татаризации.

Так, в 1927 г. вышел в свет первый номер журнала «Бизым йол» («Наш путь») – единственное караимское издание советского Крыма, орган Крымского объединения караимских общин (КрымОКО). В редакционном обращении «Привет журнала “Бизым йол”» декларировалась его главная задача – «максимально привлечь трудящиеся массы национальных меньшинств к советскому быту»[22].

В 1920-е гг. в связи с деятельностью Комзета (Комитета по земельному обустройству еврейских трудящихся) существенно возросло число крымских евреев. В 1926 г. КрымЦИК выпустил газету на идиш «Ленин вег» («Ленинский путь»), приуроченную

к началу областной беспартийной еврейской конференции (Бережанская, 1999: 76), однако систематический выход еврейских изданий в Крыму начался только в 1930-е гг., во время развития массовой низовой прессы.

Как видим, медиасистема Крымской АССР с 1923 по 1930 гг. не была релевантной многонациональному составу полуострова. Нехватку литературы на целом ряде национальных языков остро ощущали открывавшиеся повсеместно избы-читальни. На короткое время решением проблемы стало развитие рабселькоровского движения и выпуск стенных газет. При национальных политпросветучреждениях были организованы кружки селькоров, подготавливающие заметки для местной прессы[23].

Выводы

В развитии системы этнической прессы в Крыму в 1920-е гг. можно выделить два этапа. На первом этапе (ноябрь 1920–1922) на полуострове была предпринята попытка организации системы большевистских этнических изданий, призванных установить диалог между партийно-советскими органами и наиболее влиятельными этническими группами крымских татар, немцев и армян. При этом открытые в 1920–1922 гг. газеты и журналы выполняли пропагандистскую функцию и порывали с идейными традициями крымской этнической журналистики досоветского периода.

С 1923 по 1930 г., после официального объявления политики коренизации, система крымской этнической прессы перестала соответствовать этническому составу многонационального Крыма, поскольку была представлена в основном крымскотатарскими изданиями.

В свою очередь, крымскотатарская журналистика, пережившая с 1923 по 1927 гг. период расцвета, с 1928 г. – под влиянием борьбы с «татарским буржуазным национализмом» – утратила значительную часть своего национального своеобразия.

Причины отмеченных проблем в формировании системы этнических СМИ в Крыму в 1920-е гг. коренились в регуляции этнокультурных процессов с помощью административно-командных методов, без учета мнения, традиций и ценностей национальных общин.

Примечания

[1] Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, программа “Приоритет-2030” № 075-15-2021-1323.

[2] Немецкой газете в Крыму – год // Hammer und Pflug. № 1 (52).1921. Дек., 3. С. 1.

[3] ГАРК (Государственный архив Республики Крым). Ф. 1. Оп. 1. Д. 1369. Л. 78.

[4] Там же. Д. 287. Л. 40.

[5] Там же. Д. 434. Л. 14 (об.)

[6] Там же. Д. 434. Л. 14.

[7] Там же. Д. 571. Л. 22.

[8] Там же. Д. 962а. Л. 116.

[9] ГАРК. Ф. 1. Оп. 1. Д. 705. Л. 41.

[10] Там же. Д. 619. Л. 139.

[11] Там же. Д. 571. Л. 136

[12] Там же. Д. 856. Л. 108.

[13] Там же. Д. 571. Л. 89.

[14] Там же. Д. 728. Л. 7.

[15] Там же. Д. 330. Л. 49.

[16] Там же. Д. 418. Л. 92.

[17] Там же. Д. 725. Л. 168.

[18] Там же. Д. 863. Л. 58.

[19] Там же. Д. 128. Л. 114.

[20] Там же. Д. 59. Л. 47.

[21] Там же. Д. 468. Л. 189.

[22] Бизым йол. 1927. № 1. С. 4.

[23] ГАРК. Ф. 1. Оп. 1. Д. 571. Л. 221.

Библиография

Бережанская Б. Б. Еврейские колхозы в Крыму // Евреи в Крыму: краткий очерк иудейских общин Крыма / сост. *Ю. М. Могаричев, И. И. Вдовиченко*. Симферополь: Таврия-Плюс, 1999. С. 71–86.

Баранов А. В., Ишин А. В., Касьянов В. В., Рожков А. Ю. Взаимоотношения партийно-государственной власти и полиэтничного общества в ходе реализации национальной политики (на материалах Северо-Кавказского края и Крымской АССР, 1920-е гг.): моногр. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2021.

Бояджиев Т. Крымскотатарская молодежь в революции. Симферополь: Крымское гос. изд-во, 1931.

Брошеван В. М., Форманчук А. А. Крымская республика: год 1921-й: (краткий исторический очерк). Симферополь: Таврия, 1992.

Волобуев О. В. Рождение и судьбы новой крымской государственности в первой половине XX века // Отечественная история. 1999. № 2. С. 89–99.

Господаренко Н. М. Особенности культурно-политической работы среди национальных меньшинств Крыма в 1920-е годы // Культура народов Причерноморья. 1999. № 10. С. 55–60.

Господаренко Н. М. Государственное устройство Крыма, национальный и социальный состав населения полуострова // Крымский архив. 2000. № 6. С. 265–270.

Дённингхаус В. Полиэтничность сквозь призму классового подхода // Отечественная история. 1999. № 2. С. 113–120.

Зарубин А. Г., Зарубин В. Г. Без победителей. Из истории гражданской войны в Крыму. Симферополь: Антиква, 2008.

Змерзлий Б. В. (а) «Ени дюнья» – перша кримськотатарська газета в Кримській Автономній Радянській Соціалістичній Республіці (1920–1938 рр.) // Культура народов Причерноморья. 2005. № 61. Май. С. 87–89.

Змерлий Б. В. (б) Становлення та розвиток часописів «Oquv isleri» та «Ileri» // Культура народов Причерноморья. 2005. № 65. С. 67–69.

Керимов И. А. «Бильги» журналынынъ (1921) тарихчеси // Вопросы крымскотатарской филологии, истории и культуры. 2019. № 7. С. 136–142.

Керимов И. А. «Ильк адым» (1921) дергисининъ тарихчеси ве мундериджаты // Ученые записки Крымск. инж.-пед. ун-та. Серия: Филология. История. 2020. № 1. С. 45–54.

Керимов И. А. Дженктен эввельки къырымтатар эдебияты ве матбуатында расткельген тахаллюслер ве оларнынъ ачыкъламалары // Крымское историческое обозрение. 2018. № 1 (10). С. 75–101.

Керимов И. А. Гаспринский и крымскотатарская периодическая печать довоенного времени: мат. Междунар. науч.-практич. конф. «Актуальные проблемы исследования истории и процессы развития казахской журналистики». 1 февраля 2013 г. / отв. ред. *А. К. Мектеп, Г. С. Султанбаева*. Алматы: Қазақ университеті, 2013. С. 5–12.

Кондратюк Г. Н. Крымские татары в советской этнополитике межвоенного двадцатилетия // Крымское историческое обозрение. 2020. № 1. С. 85–93. DOI: 10.22378/kio.2020.1.85-93

Кондратюк Г. Н. «Нацмены Запада» в советской модели регулирования национальных отношений в Крымской АССР (20–30-е годы XX века) // Ученые записки Крымск. фед. ун-та имени В. И. Вернадского. Сер.: Исторические науки. Том 8 (74). 2022. № 2. С. 46–52.

Крымская АССР (1921–1945) / сост. *Ю. И. Горбунов*. Вып. 3. Симферополь: Таврия, 1990.

Левонян Г. Д. Армянская периодическая печать (1794–1934). Ереван: Изд-во фонда Меликонян, 1934.

Пащеня В. Н. О дуализме в национально-государственном строительстве в Крыму в 1930-х годах в цифрах и фактах // Культура народов Причерноморья. 2004. № 50. С. 88–92.

Фридман Я. В. Социально-культурное развитие Крымской АССР в 20 – 30-е гг. и проблемы языковой политики // Проблемы истории Крыма. Симферополь, 1991. Т. 2. С. 102–105.

Хаяли Р. И. Периодическая печать в Крымской АССР: опыт крымских татар (1920–1930-е годы). Емінак. 2016. № 2 (1). С. 50–55.

Хаяли Р. И. Организация и проведение политики коренизации: практика Крымской АССР (1920-1930-е годы) // Гуманитарные научные

исследования. 2017. № 5. Режим доступа: https://human.snauka.ru/2017/05/23818 (дата обращения: 02.06.2022).

Хованцев Д. В. О национальной политике в Крымской АССР в 1920-е годы // Культура народов Причерноморья. № 8. 1999. С. 201–205.

Чебанова А. В. О политике татаризации в Крыму в 20-е годы // Культура народов Причерноморья. 1998. № 3. С. 403–405.

Чеботарева В. Т. Социальные противоречия национальной политики в Крымской АССР в 1920-е годы // Вопросы истории. 2006. № 12. С. 23–43.

Юксель Г. З. Крымскотатарская пресса конца 1910 – начала 1930-х годов: организационно-функциональный и идейно-содержательный аспекты: моногр. Симферополь: КРП «Издательство «Крымучпедгиз», 2014.

Яблоновська Н. В. Етнічна преса Криму: історія та сучасність. Сімферополь: Кримнавчпеддержвидав, 2006.

Яблоновская Н. В. Этническая пресса Крымской АССР: национальное возрождение в условиях плана коренизации и формирующегося тоталитаризма // Культура народов Причерноморья. 2007. № 116. С. 33–36.

Яблоновская Н. В., Джелилова Л. Ш. «Асрий мусульманлыкъ» (1924–1927) – первый мусульманский журнал Крыма // Вестн. Кемеровск. гос. ун-та. 2019. № 21 (2). С. 565–573. DOI: 10.21603/2078-8975-2019-21-2-565-573

Notes

Issledovanie vypolneno pri finansovoy podderzhke Ministerstva nauki i vysshego obrazovaniya Rossiyskoy Federatsii, programma «Prioritet-2030» № 075-15-2021-1323 [The study was carried out with funding from the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, the “Priority-2030” program № 075-15-2021-1323]

Bizım yol [Our Path] (1927) 1: 4.

GARK (Gosudarstvennyy arkhiv Respubliki Krym). F. 1. Op. 1. D. 1369. L. 78 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 1369. Sh. 78].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 287. L. 40 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 287. Sh. 40].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 434. L. 14 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 434. Sh. 14].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 571. L. 22 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 571. Sh. 22].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 962a. L. 116 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 962a. Sh. 116].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 705. L. 41 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 705. Sh. 41].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 619. L. 139 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 619. Sh. 139].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 571. L. 136 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 571. Sh. 136].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 856. L. 108 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 856. Sh. 108].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 571. L. 89 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 571. Sh. 89].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 728. L. 7 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 728. Sh. 7].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 330. L. 49 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 330. Sh. 49].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 418. L. 92 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 418. Sh. 92].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 725. L. 168 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 725. Sh. 168].

GARK. F.1. Op.1. D. 863. L. 58 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 863. Sh. 58].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 128. L. 114 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 128. Sh. 114].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 59. L. 47 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 59. Sh. 47].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 468. L. 189 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 468. Sh. 189].

GARK. F. 1. Op. 1. D. 571. L. 221 [State Archive of the Republic of Crimea. Fund 1. Inv. 1. File 571. Sh. 221].

Nemeckoj gazete v Krymu – god [One year anniversary to the German newspaper in Crimea] (1921) *Hammer und Pflug* 1 (52): 1, 3 December.

References

Baranov A. V., Ishin A. V., Kas'yanov V. V., Rozhkov A. Yu. (2021) *Vzaimootnosheniya partiyno-gosudarstvennoy vlasti i polietnichnogo obshchestva v khode realizatsii natsional'noy politiki (na materialakh Severo-Kavkazskogo kraya i Krymskoy ASSR, 1920-e gg.): monografiya* [Relationships Between Party-State Power and a Multi-Ethnic Society in the Course of the Implementation of National Policy (on the Materials of the North Caucasus Territory and the Crimean ASSR, the 1920s): a Monograph]. Krasnodar: Kubansk State Univ. Publ. (In Russian)

Berezhanskaya B. B. (1999) Evreyskie kolkhozy v Krymu [Jewish Collective Farms in Crimea]. In Yu. M. Mogarichev, I. I. Vdovichenko (eds.) *Evrei v Krymu: kratkiy ocherk iudeyskikh obshchin Kryma* [Jews in Crimea: a Brief Essay on the Jewish Communities of Crimea]. Simferopol': Tavriya-Plyus Publ. Pp. 71–86. (In Russian)

Boyadzhiev T. (1931) *Krymskotatarskaya molodezh' v revolyutsii* [Crimean Tatar Youth in the Revolution]. Simferopol: Crimean State Publishing House. (In Russian)

Broshevan V. M., Formanchuk A. A. (1992) *Krymskaya respublika: god 1921-y (kratkiy istoricheskiy ocherk)* [The Crimean Republic: the Year of 1921 (a Brief Historical Essay)]. Simferopol': Tavriya Publ. (In Russian)

Chebanova A. V. (1998) O politike tatarizacii v Krymu v 20-e gody [About the Policy of Tatarization in Crimea in the 20s]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya* 3: 403–405. (In Russian)

Chebotareva V. T. (2006) Sotsial'nye protivorechiya natsional'noy politiki v Krymskoy ASSR v 1920-e gody [Social Contradictions of National Policy in the Crimean ASSR in the 1920s]. *Voprosy istorii* 12: 23–43. (In Russian)

Denningkhaus V. (1999) Polietnichnost' skvoz' prizmu klassovogo podkhoda [Polyethnicity Through the Prism of the Class Approach]. *Otechestvennaya istoriya* 2: 113–120. (In Russian)

Fridman Ya. V. (1991) Sotsial'no-kul'turnoe razvitie Krymskoy ASSR v 20 – 30-e gg. i problemy yazykovoy politiki [Socio-Cultural Development of the Crimean ASSR in the 20-30s and Problems of Language Policy]. In *Problemy istorii Kryma. T. 2* [Problems of Crimean History]. Simferopol'. Pp. 102–105. (In Russian)

Gorbunov Yu. I. (ed.) (1990) *Krymskaya ASSR (1921–1945). Vyp. 3* [The Crimean ASSR (1921-1945). Issue 3]. Simferopol': Tavriya Publ. (In Russian)

Gospodarenko N. M. (1999) Osobennosti kul'turno-politicheskoj raboty sredi nacional'nyh men'shinstv Kryma v 1920-e gody [Features of Cultural and Political Work among the National Minorities of Crimea in the 1920s]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya* 10: 55–60. (In Russian)

Gospodarenko N. M. (2000) Gosudarstvennoe ustroystvo Kryma, natsional'-nyy i sotsial'nyy sostav naseleniya poluostrova [The State Structure of Crimea, the National and Social Composition of the Population of the Peninsula]. *Krymskiy arkhiv* 6: 265–270. (In Russian)

Kerimov I. A. (2013) Gasprinskiy i krymskotatarskaya periodicheskaya pechat' dovoennogo vremeni [Gasprinsky and the Crimean Tatar Periodical Press of the Pre-War Period]. In A. K. Mektep, Sultanbaeva G. S. (eds.) *Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii na temu: «Aktual'nye problemy issledovaniya istorii i protsessy razvitiya kazakhskoy zhurnalistiki», posvyashchennuyu 100-letiyu gazety «Қazaқ» i 140-letiyu so dnya rozhdeniya velikogo uchenogo, politicheskogo i obshchestvennogo deyatelya, vnesshego neotsenimyy vklad v dukhovnoe razvitie kazakhskoy natsii – Akhmeta Baytursynova. 1 fevralya 2013 g.* [Proceedings of the International Research-to-Practice Conference on the Subject "Current Issues of Studying History and the Development Processes of Kazakh Journalism" Devoted to the 100th Anniversary of the Kazak Newspaper and to the 140th Anniversary from the Date of Birth of Eminent Scientist, Political and Public Figure, who Contributed a Lot to the Spiritual Development of the Kazakh Nation, Akhmet Baitursynov. February 1, 2013.]. Almaty: University of Kazakhstan Publ. Pp. 5–12. (In Russian)

Kerimov I. A. (2018) Dzhenkten evvel'ki k"yrymtatar edebiyaty ve matbuatynda rastkel'gen takhallyusler ve olarnyn" achyk"lamalary [Pseudonyms Found in the Crimean Tatar Pre-War Literature and Press and Their Explanations]. *Krymskoe istoricheskoe obozrenie* 1 (10): 75–101. (In Russian)

Kerimov I. A. (2019) «Bil'gi» zhurnalynyn" (1921) tarikhchesi [Chronology of Events in the Crimean Tatar Magazine Bilgi (1921)]. *Voprosy krymskotatarskoj filologii, istorii i kul'tury* 7: 136–142. (In Russian)

Kerimov I. A. (2020) «Il'k adym» (1921) dergisinin" tarikhchesi ve munderidzhaty [History and Content of the Magazine Ilk Adım (1921)]. *Uchenye zapiski Krymsk. inzh.-ped. un-ta. Ser.: Filologiya. Istoriya* 1: 45–54. (In Russian)

Kondratyuk G. N. (2020) Krymskie tatary v sovetskoy etnopolitike mezhvoennogo dvadtsatiletiya [Crimean Tatars in the Soviet Ethnopolitics of the Interwar Twenty Years]. *Krymskoe istoricheskoe obozrenie* 1: 85–93. DOI: 10.22378/kio.2020.1.85-93 (In Russian)

Kondratyuk G. N. (2022) «Natsmeny Zapada» v sovetskoy modeli regulirovaniya natsional'nykh otnosheniy v Krymskoy ASSR (20–30-e gody XX veka) ["National Minorities of the West" in the Soviet Model of Regulation of National Relations in the Crimean ASSR (20–30s of the 20th Century)]. *Uchenye zapiski Krymsk. fed. un-ta imeni V. I. Vernadskogo. Ser.: Istoricheskie nauki. Tom* 8 (74): 2: 46–52. (In Russian)

Khayali R. I. (2016) Periodicheskaya pechat' v Krymskoy ASSR: opyt krymskikh tatar (1920-1930-e gody) [The Periodical Press in the Crimean ASSR: the Experience of the Crimean Tatars (1920-1930s)]. *Eminak* 2 (1): 50–55. (In Russian)

Khayali R. I. (2017) Organizatsiya i provedenie politiki korenizatsii: praktika Krymskoy ASSR (1920-1930-e gody) [Organization and Implementation of the Indigenization Policy: the Practice of the Crimean ASSR (1920-1930s)]. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya* 5. Available at: https://human.snauka.ru/2017/05/23818 (accessed: 02.06.2022). (In Russian)

Khovantsev D. V. (1999) O natsional'noy politike v Krymskoy ASSR v 1920-e gody [About the National Policy in the Crimean ASSR in the 1920s]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya* 8: 201–205. (In Russian)

Levonyan G. D. (1934) *Armyanskaya periodicheskaya pechat' (1794-1934)* [The Armenian Periodical Press (1794-1934)]. Erevan: Melikonyan Foundation Publishing House. (In Russian)

Pashchenya V. N. (2004) O dualizme v natsional'no-gosudarstvennom stroitel'stve v Krymu v 1930-kh godakh v tsifrakh i faktakh [On the Dualism in National and State Construction in Crimea in the 1930s in Facts and Figures]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya* 50: 88–92. (In Russian)

Volobuev O. V. (1999) Rozhdenie i sud'by novoy krymskoy gosudarstvennosti v pervoy polovine XX veka [The Birth and Fates of the New Crimean Statehood in the First Half of the Twentieth Century]. *Otechestvennaya istoriya* 2: 89–99. (In Russian)

Yablonovskaya N. V. (2006) *Etnichna presa Krimu: istoriya ta suchasnist'* [The Ethnic Press of Crimea: History and Modernity]. Simferopol: Krimnavchpedderzhvidav Publ. (In Ukranian)

Yablonovskaya N. V. (2007) Etnicheskaya pressa Krymskoy ASSR: natsional'noe vozrozhdenie v usloviyakh plana korenizatsii i formiruyushchegosya totalitarizma [The Ethnic Press of the Crimean ASSR: a National Revival under the Conditions of the Indigenization Plan and Emerging Totalitarianism]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya* 116: 33–36. (In Russian)

Yablonovskaya N. V., Dzhelilova L. Sh. (2019) «Asriy musul'manlyk"» (1924–1927) – pervyy musul'manskiy zhurnal Kryma [Asri Musulmanliq (1924–1927) – the First Muslim Journal of Crimea]. *Vestn. Kemerovsk. gos. un-ta* 21 (2): 565–573. DOI: 10.21603/2078-8975-2019-21-2-565-573 (In Russian)

Yuksel' G. Z. (2014) *Krymskotatarskaya pressa kontsa 1910-kh – nachala 1930-kh godov: organizatsionno-funktsional'nyy i ideyno-soderzhatel'nyy aspekty. Monografiya* [The Crimean Tatar Press of the Late 1910s - Early 1930s: Organizational, Functional and Ideological Aspects. A Monograph]. Simferopol: Krymuchpedgiz Publ. (In Russian)

Zarubin A. G., Zarubin V. G. (2008) *Bez pobediteley. Iz istorii grazhdanskoy voyny v Krymu* [No Winners. From the History of the Civil War in Crimea]. Simferopol: Antikva Publ. (In Russian)

Zmerzliy B. V. (2005 a) «Eni dyun'ya» – persha krims'kotatars'ka gazeta v Krims'kiy Avtonomniy Radyans'kiy Sotsialistichniy Respublitsi (1920-1938 rr.) [Yeni Dunya – the First Crimean Tatar Newspaper in the Crimean Autonomous Soviet Socialist Republic (1920–1938)]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya* 61: 87–89. (In Russian)

Zmerzliy B. V. (2005 b) Stanovlennya ta rozvitok chasopisiv «Oquv isleri» ta «Ileri» [Formation and Development of the Oquv Isleri and Ileri Magazines]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ya* 65: 67–69. (In Russian)

Поступила в редакцию
01.09.2022

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА

Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» — рецензируемое научное издание с периодичностью выхода 6 раз в год. Публикуемые в нем материалы посвящены проблемам журналистики, СМИ, массовой коммуникации. Журнал ориентирован на публикацию статей, представляющих собой результаты самостоятельного исследования, организованного и проведенного в рамках научного подхода. Авторы — ведущие российские и зарубежные ученые и исследователи.

Журнал имеет полнотекстовую сетевую версию в Интернете (для подписчиков), включен в систему Российского индекса научного цитирования, оформляется в соответствии с требованиями ВАКа. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Плата за публикацию в «Вестнике Московского университета. Серия 10. Журналистика» с авторов не взимается.

Статьи в журнале публикуются только после получения положительной рецензии. Рецензентами могут выступать все кандидаты и доктора наук факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, а также сотрудники иных образовательных учреждений Российской Федерации и зарубежных стран, имеющие достаточную квалификацию в соответствующей научной области, получившие ученую степень и обладающие авторитетом в научной среде. Редакционная коллегия принимает на себя обязательства по поиску рецензентов и организации процесса рецензирования.

По решению редакционной коллегии рукопись принимается, отвергается или возвращается автору на доработку. Авторы обязаны учесть замечания рецензента и внести в статью соответствующие исправления. В случае отклонения статьи редакционная коллегия направляет автору мотивированный отказ. Рецензии хранятся в редакции, копии их предоставляются по требованию авторам рукописей.

Статьи авторам необходимо отправлять на электронную почту журнала vestnik_journ@mail.ru. Материалы размещаются в номерах по тематическому принципу либо согласно дате поступления в редакцию в соответствующие рубрики.

Все присылаемые статьи должны содержать следующие обязательные элементы:

1) Сведения об авторе на русском и английском языках: фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, должность, место работы, контактная информация автора (телефон и электронный адрес).

2) Аннотация (abstracts) и ключевые слова (key words) на русском и английском языках. Аннотация должна кратко излагать проблематику статьи и основные содержащиеся в ней выводы. Ключевые слова после аннотации отражают основное содержание текста.

3) Примечания, оформленные в виде концевых сносок (если есть). Через концевые сноски также оформляются библиографические ссылки на периодику (газеты, журналы общего интереса); интернет-источники; художественную, деловую, научно-популярную литературу; словари, справочники, отраслевые доклады; учебники и учебные пособия; архивные данные.

4) Пристатейные библиографические списки (Библиография) у всех статей – в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования.

В список литературы включаются: монографии; сборники научных статей; научные статьи, опубликованные в научных журналах и сборниках. В список литературы вносятся только источники, на которые есть внутритекстовые библиографические ссылки.

Ссылки в тексте приводят в круглых скобках – в них указывается фамилия автора, год издания произведения и номер страницы, который отделяется от года двоеточием. Например: (Иванов, 1998: 125). При повторном цитировании: (там же: 128) для русскоязычных источников или (Ibid: 123) для иностранных источников.

Объем рукописи не должен превышать один печатный лист (40 тыс. знаков с пробелами). Оптимальный размер статьи – 20–30 тыс. знаков с пробелами. Текст статьи должен создаваться в формате doc (docx, rtf), шрифтом Times New Roman, 12 кеглем, с полуторным межстрочным интервалом.

Статья должна начинаться с введения (обоснование актуальности и научной значимости исследования, теоретические подходы к проблеме, поставленная автором задача, корпус имеющих отношение к проблеме текстов). Введение может быть дополнено отдельным разделом, в котором предоставляется обзор литературы по проблеме и теоретические выкладки. В этом разделе (разделах) должна быть представлена большая часть отсылок к предыдущим работам по теме материала.

Если в статье есть компонент эмпирического исследования, в ней должны быть отдельные разделы, описывающие методологию и результаты исследования. Основная часть статьи заканчивается выводами.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных, географических данных и иных сведений.

Редакционная коллегия журнала:

- непредвзято, взвешенно и объективно оценивает все поступающие материалы;
- при работе с материалами руководствуется лишь критериями оригинальности, научной значимости и актуальности текстов;
- до публикации обеспечивает конфиденциальность всех рассматриваемых текстов;
- гарантирует отсутствие личных интересов в работе с материалами сторонних авторов;
- не принимает от авторов вознаграждений в явной или неявной форме;
- борется с плагиатом всеми доступными способами;
- строго следует нормам законодательства, установленным правилам и процедурам.