

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»  
ИНСТИТУТ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ, МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА



# МедиаVектор

Выпуск 15

Научный журнал

Новосибирск  
Симферополь  
2025

**УДК 130.2; 070; 008  
ББК 71; 76.0; 76.17**

Рекомендовано ученым советом Института медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» от 10 февраля 2025 года (протокол № 1)

МедиаВектор. – Научный журнал: – Новосибирск-Симферополь: Изд. АНС «СибАК», 2025. – Вып. 15. – 116 с.

**Главный редактор:**

Савченко Любовь Васильевна, доктор филологических наук, профессор, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Заместитель главного редактора:**

Вовк Екатерина Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Редакционная коллегия:**

Александрова Наталья Сергеевна, доктор педагогических наук, профессор, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Вятский государственный университет» (г. Киров)

Андрющенко Ирина Александровна, кандидат культурологии, доцент, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь)

Ахунзянова Фарида Тагировна, кандидат культурологии, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Костромской государственный университет (г. Кострома)

Везетиу Екатерина Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент, Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» в г. Ялте (г. Ялта)

Гладилина Ирина Петровна, доктор педагогических наук, профессор, Московский городской университет управления Правительства Москвы имени Ю. М. Лужкова (г. Москва)

Демина Людмила Ивановна, доктор филологических наук, профессор, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет» (г. Краснодар)

Зайцев Александр Владимирович, доктор политических наук, кандидат философских наук, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Костромской государственный университет (г. Кострома)

Касьянова Людмила Юрьевна, доктор филологических наук, доцент, Астраханский государственный университет (г. Астрахань)

Климкович Евгения Вячеславовна, кандидат педагогических наук, Московский городской университет управления Правительства Москвы имени Ю. М. Лужкова (г. Москва)

Коханая Ольга Евгеньевна., доктор культурологии, кандидат философских наук, доцент, Московский гуманитарный университет (г. Москва)

Нехайчук Дмитрий Валерьевич, доктор экономических наук, доцент, Севастопольский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова» (г. Севастополь)

Петрова Лиллия Геннадиевна, кандидат педагогических наук, доцент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород)

Платонова Айше Вадимовна, кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего

образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь)

Смеюха Виктория Вячеславовна, доктор филологических наук, доцент, Ростовский государственный университет путей сообщения (г. Ростов-на-Дону)

Степанов Валентин Николаевич, доктор филологических наук, профессор, Международный университет бизнеса и новых технологий (г. Ярославль)

Сурова Екатерина Эдуардовна, доктор философских наук, профессор, Военная академия связи имени Маршала Советского Союза С. М. Буденного (г. Санкт-Петербург)

Терещенко Елена Юрьевна, доктор культурологии, доцент, Мурманский арктический государственный университет (г. Мурманск)

Швецова Антонина Викторовна, доктор философских наук, профессор, Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Республики Крым «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (г. Симферополь)

Шилина Анжела Григорьевна, доктор филологических наук, доцент, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь)

Элькан Ольга Борисовна, доктор искусствоведения, кандидат культурологии, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штиглица» (г. Санкт-Петербург).

Яблоновская Наталья Всеолововна, доктор филологических наук, профессор, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь).

**Учредитель:** Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

**Средства массовой информации:** Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-61807 от 30.09.2022

**Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:** Издание размещается на платформе eLIBRARY с индексацией в РИНЦ (договор с Научной электронной библиотекой Elibrary.ru № 171-03/2014)

**ISSN:** Журнал зарегистрирован в Международном Центре ISSN в Париже (идентификационный номер печатной версии: ISSN 2712-9039), действующий при поддержке ЮНЕСКО и Правительства Франции

#### Группы научных специальностей:

Научные специальности	Отрасли науки, по которым присуждаются ученые степени
5.8.7. Методология и технология профессионального образования	Педагогические науки
5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика	Филологические науки
5.10.1. Теория и история культуры, искусства	Культурология Философия
5.10.3. Виды искусства (с указанием конкретного искусства)	Культурология Искусствоведение

## К ВОПРОСУ О ЖАНРОВОЙ ПРИРОДЕ ЗАПИСОК О РУССКО-ЯПОНСКОЙ ВОЙНЕ В. ВЕРЕСАЕВА

Бояркина Наталья Владимировна,  
кандидат филологических наук, старший преподаватель  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федерального государственного автономного  
образовательного учреждения высшего образования  
«Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Статья посвящена жанровому своеобразию записок Викентия Вересаева «На японской войне». Устанавливаются признаки, определяющие принадлежность записок к жанру документальной повести. Рассматриваются особенности композиционно-сюжетного построения произведения, тяготеющего одновременно к документальной повести и военному травелогу. Восстанавливается фактографическая основа записок, характер и назначение документальных письменных материалов. Типическое в записках анализируется с точки зрения главного образа-символа произведения – «бумажной машины».

**Ключевые слова:** В. Вересаев, Японская война, документально-художественная литература, документальная повесть, военный травелог.

**Annotation.** The article is devoted to the genre originality of Vikenty Veresaev's notes "On the Japanese War". The signs determining whether the notes belong to the genre of the documentary story are established. The article examines the features of the composition and plot structure of the work, which tends simultaneously to a documentary story and a military travelogue. The factual basis of the notes, the nature and purpose of the documentary written materials are being restored. The typical in the notes is analyzed from the point of view of the main image-the symbol of the work – the "paper machine".

**Key words:** V. Veresaev, the Japanese War, nonfiction, documentary novel, military travelogue.

**Постановка проблемы.** В «условиях стремительных радикальных перемен», когда востребованы оперативность реакции на происходящее в плане не только его фиксации, но, главное, осмысления и творческой интерпретации, а художественная литература может не поспевать за запросами читательской аудитории (и по скорости освоения тем и по своему уровню), актуализируется значение документалистики. Современная ситуация, ознаменованная специальной военной операцией как символом глобальных мироустроительных перемен, как раз является собой такое состояние, при котором большой интерес представляет документальная литература, имеющая одновременно и познавательное значение подлинных фактов, и эстетическое значение больших жизненных обобщений.

С учетом значительных возможностей документалистики по отражению реальности войны представляется целесообразным обращение к отечественному опыту создания литературы с главенствующим документальным началом на военном материале. Одним из замечательных образцов военной прозы на документальной основе являются записи Викентия Вересаева «На японской войне», жанровая природа которых специально не анализировалась и уяснение которой должно способствовать раскрытию метода создания документально-художественного произведения о войне.

На сегодня терминологического единства в обозначении феномена документально-художественной литературы не существует [1, С. 189], тем не менее, говоря о ней, исследователи подразумевают определенное соотношение, синтезирование документального материала и художественных приемов его изображения, эстетической организованности.

Классификация документальных жанров предпринята в диссертации Е.Г. Местергази, которая выделяет два вида документальных жанров:

- 1) чистые (первичные): хроника (летопись), письмо, автобиография, биография, дневник, мемуары (воспоминания, записки), описание путешествия (травелог);
- 2) сложные (вторичные): «невыдуманный» рассказ, документальная повесть, документальный роман и сопутствующие им «авторские» жанры [3, С. 17].

При этом, по мнению исследовательницы, характерным признаком первичных жанров является равенство анализа действительности художественному образу этой действительности, тогда как для вторичных жанров свойственно самостоятельное эстетическое значение факта как основы художественной правды.

Как следует из названия произведения Вересаева, жанровая принадлежность их определена самим автором как записи. Отчасти за ними закрепилось определение «публицистические повести полумемуарного характера», данное советским и российским ученым Ю. Фохтом-Бабушкиным в предисловии к изданию произведений Вересаева 1986 г., вобравшему «Записки врача» и «На японской войне (Записки)». Во вступительной статье к пятитомному собранию сочинений, увидевшему свет в 1961 году, эти два труда писателя определены как «очерковые повести». Фохт-Бабушкин акцентирует внимание на установке писателя на сокращение беллетристики в произведениях, на утверждение Вересаевым «самостоятельного художественного интереса» «действительно бывшего». По мнению исследователя, в повестях «органически объединены художественные зарисовки, элементы очерка, публицистики и научной статьи» [5].

Анализ вересаевских записок о войне позволяет говорить о сложной композиционно-сюжетной структуре произведения, которая сближает его одновременно и с военным травелогом, и с документальной повестью.

**Изложение основного материала.** Начало войны Вересаев застанет в Москве. В апреле 1904 г. он переедет в Тулу, оттуда в деревню, и в этом месяце в Тульской губернии начнется мобилизация. Сам Вересаев будет призван из запаса в начале июня – он будет зачислен младшим ординатором в 38 подвижной госпиталь 72 пехотной дивизии, а непосредственно отправится на театр боевых действий в начале августа. До оправки на Дальний Восток писатель два месяца будет находиться в Тамбове, где располагался штаб дивизии: здесь он будет активно обновлять свои знания по хирургии, знакомиться с особенностями военной службы, наблюдать работу призывной медицинской комиссии и в целом поведение призывников, наводнивших город.

В начале августа эшелоны корпуса, в составе которого служил Вересаев, пойдут на Дальний Восток, и его записки врача приобретут форму военного травелога: повествование в них строго задано маршрутом передвижения госпиталя, все его ключевые точки имеют привязки ко времени и к месту размещения, разворачивания и сворачивания госпиталя.

Пока корпус движется по пути к конечной точке маршрута – Мукдену, композиционные фрагменты записок заданы пространственными координатами: перевалили через Урал; где-то под Каинском; под Красноярском; станция Байкал; ледокол «Байкал»; около станции Карымской; станция Манчжурия; Харбин и наконец Мукден. По закону жанра военного травелога автор записок фиксирует происшествия в дороге, его состоявшиеся и слышанные им разговоры, короткие сцены, также свои впечатления и рассуждения. Так, под Красноярском приходят вести о Ляоянском бое, и повествователь фиксирует состоявшийся в связи с этим разговор едущих об идее войны и духе армии; на одной из стоянок недалеко от Китайской границы автор записок расспрашивает участника «знаменитой стычки у Юдзатуня, под Вафангоу», ехавшего во встречном санитарном поезде, о сражении, об ощущениях человека, которому приходилось убивать и быть раненым.

После того, как госпиталь прибывает в Мукден, ведущими становятся временные координаты. Следуя приказам, госпиталь то и дело перемещается по театру военных действий, и автор-повествователь помимо пространственных координат задает временные рамки происходящего. Это объясняется тем, что, с одной стороны, госпиталь передвигается в едином большом районе основного сухопутного фронта войны, к тому же по населенным пунктам, название которых мало что говорит читателю и мало характеризует действующую кампанию для непосвященного человека: деревни Сахотаза, Суятунь, Сяо-Кии-Шинпу, далее Бейтайцзин, опять Суятунь, Мизатунь, Ченгуза

Западная, Мозысань, Хунъхепу, Палинпу, Хоулин. С другой стороны, перемещение обусловлено необходимостью обслуживания раненых в боях, и в записках Вересаева отражаются главнейшие боестолкновения компании: битвы на Шахе, на Сандепу, Мукденский бой – с четкой временной привязкой ко времени битв.

Далее автор повествует об отступлении армии по Мандаринской дороге, после которого опять следуют перемещения госпиталя: Чантафу, Сыпингай, Гинчжулин, Лидиафань, Маймакай, Тай-Пинь-Шай, Годзядань, Куачендзы. Поскольку перемещения госпиталя не обусловлены обслуживанием раненых, временные привязки здесь в основном связаны с отголосками событий, обеспечивших развязку кампании: вести о Цусимском бое, предложение американского посредничества, поездка Витте в Вашингтон.

Возвращение тоже описано в соответствии с маршрутом движения по железной дороге: Харбин, Иркутск, Красноярск, Челябинск. Происшествия в дороге, отраженные в записках, в основном связаны с деятельностью стачечного комитета и сценами между возвращающимися с фронта, прежде всего высшими и низшими чинами.

Таким образом, Вересаев воссоздает историю всей военной кампании, которая показана в хронологической последовательности ее основных событий. Центром повествования является сухопутный театр военных действий, на котором непосредственно работал автор записок. Последние созданы как последовательная запись сведений о перемещении госпиталя вдоль фронта в соответствии с приказами командования. Автор фиксирует все, что касается работы госпиталя: передвижение, разворачивание, сворачивание, прием и обеспечение эвакуации раненых, не только медицинскую, но и организационную и финансовую стороны деятельности госпиталя.

Естественно, в записках находят отражение отголоски батальных событий: сам автор не работал в зоне огня (хотя до места расположения госпиталей нередко достигали японские снаряды), но он выезжал на передовые позиции и живописал происходящие невдалеке бои или же воссоздавал их по рассказам очевидцев.

Таким образом, композиционная организация текста строится на отдельных эпизодах перемещения госпиталя, которое укладывается в следующую схему: прибытие на театр военных действий – перемещение по театру военных действий для обслуживания раненых в ключевых сражениях войны (битва на Шахе, Мукденское сражение) – отступление – перемещение по театру военных действий – возвращение в Россию. И эта схема становится основой сюжета произведения, где завязка и развитие событий приходится на первые два этапа пути госпиталя, кульминация – на отступление русской армии и развязка – на последние два этапа.

Центральным образом-символом произведения является образ «бумажной машины», который символизирует обюрократившуюся систему, потерявшую связь с реальностью. Этот образ рефреном звучит на протяжении всего произведения: «бумажное чудовище», «бумажное назначение», «бумажный бог», «бумажные души» и т.д. В этой системе значение имеет только «бумага» и за ней не видят человека, и она заменяет реальность. Это, с одной стороны, приводит к тому, что главной заботой военного и медицинского начальства становится канцелярия, отчетность, а с другой, к тому, что все охладевают к общему делу: если оно «бутафорское», то за видимостью его исполнения каждый живет только своим интересом: мужик – думой об оставленной семье и будущих еще больших тяготах в связи с возможным требованием японцами контрибуции; офицеры – погоней за прогонными, подъемными, незаслуженными наградами и нечестными доходами.

Сюжетная линия связана с показом угасания чувства «проникновения большим, общим делом, сознанияластной связи с чем-то важным» («что-то все больше распадалось») и как результат – полного разобщения («спайка исчезла»). До отступления после поражения в Мукденском сражении нарастают центробежные тенденции, нарастает антагонизм между высшими и низшими чинами. В ходе отступления, когда окончательно «каждый становится сам за себя», конфликт достигает апогея. И в развязке показаны последствия раз渲ла армии, в лице которой рушились общественные устои («рухнуло что-то невидимое, неосязаемое, исчезло какое-то внушение, вскрылась какая-то тайна, – и всем стало очевидно, что тысяча людей сильнее десятка» [2, С. 245]),

показаны анархия мужицкой стихии и нарождающийся новый порядок рабочего движения.

Сюжетная линия раскрывается через историю двух госпиталей. К каждой дивизии в военное время придается по два подвижных госпиталя, – информирует читателей автор записок, и его повествование строится вокруг госпиталя доктора Давыдова, в котором непосредственно служил Вересаев, и второго госпиталя дивизии – госпиталя доктора Султанова. Работа этих госпиталей, поведение главных врачей, взаимоотношения внутри коллектива – становится канвой для разворачивания сюжета.

Сами главные доктора являются вполне типичными персонажами: один из которых, доктор Давыдов, жадный до наживы, своей основной целью участия в кампании видит «набивание карманов», он постоянно ворует, но тем не менее не забывает о потребностях персонала; второй, доктор Султанов, занят только своим удобным размещением и видами наград, он тоже ворует, но при этом вообще не заботится о вверенных ему людях. Именно отсутствие заботы о людях, об удовлетворении элементарных нужд низших чинов становится причиной мародерства, появления хунхузов, озлобления солдат против офицеров и местного китайского населения против русских.

К развязке закономерно приходит конец истории госпиталя Султанова: она оборачивается громким скандалом. Однако, тоже вполне закономерно, расследование последнего оканчивается переводом одиозного доктора Султанова – приятеля корпусного командира, в госпиталь другой дивизии этого же корпуса.

Таким образом, следует говорить о ряде жанровых особенностей, которые определяют принадлежность записок о Японской войне Вересаева к документально-художественной литературе и, конкретно, к документальной повести.

Выделяют следующие общие признаки документальной литературы: документальность (отражение реальности), ретроспективность (в широком значении – воспоминание о давно и совсем недавно минувшем, дневники и записные книжки также отражают то, что уже свершилось), мемориальность (стремление сохранить прошедшее в памяти личной и читательской), типизация (выявление общезначимого, характерного в реальных фактах и обстоятельствах), эстетизация «строительного материала» произведения (документа) и реальной первоосновы произведения [4, С. 22].

Принадлежность к документальной, или документально-художественной литературе определяет прежде всего общая установка на достоверность. Вересаев воссоздает ход исторических событий, строго следя хронологической последовательности развития военной кампании в целом и последовательности эпизодов, связанных с деятельностью подразделения, в составе которого он участвовал на сухопутном театре военных действий.

Подлинно бывшие события реконструируются им с фактографической, документальной точностью. При этом автором не только используются собственные «свидетельские показания» как очевидца и участника событий, «показания» иных «свидетелей», но широко привлекаются письменные документы: в тексте содержится больше тридцати отсылок к приказам, циркулярам, телеграммам, а также газетным материалам и брошюрам. Используемые документы касаются как организации санитарной работы, материального обеспечения армии, так и самих батальонов и в целом освещения кампании в прессе. Важную роль документа также играют песни и стихотворное творчество воинов. По своему назначению они призваны либо подтверждать наблюдения автора и указывать на распространенность или типичность каких-либо явлений или же демонстрировать расхождение между официальными документами и реальным положением дел. Так, например, автор приводит развернутые цитаты из газеты «Русский врач», подтверждающие его наблюдения об отсутствии надлежащей организации эвакуации раненых. Часто примером явного несоответствия действительности ее официальной трактовке становятся статьи газеты «Вестник Манчжурской Армии», к которому не единожды обращается автор как источнику информации о ходе военной кампании.

Воссозданная через «свидетельские показания» и подтвержденная документами конкретика реальности у Вересаева перерастает границы единичного, частного, то есть типизируется. Автор отмечает проявления чувства долга, сопричастности большому,

общему делу, проникновения героикой военных баталий, мужества у воинов, с одной стороны, и факты честного исполнения своих обязанностей чинов медицинского ведомства, с другой. Однако они не смягчают картину всеобщего разлада, а напротив, контрастируют на фоне царящей кругом «бестолочи», выдаются на фоне типичной картины, еще более оттеняя «симптоматические закономерности, характерные особенности, распространяющиеся на другие, за пределами изображаемых явлений» – в данном случае на всю государственную машину. При этом работа последней описывается через создание яркого авторского символа «бумажной машины»: наличие символики, помимо других элементов эмоционально-экспрессивной структуры, является свидетельством присутствия в тексте художественной образности.

Автор улавливает закономерности исторического процесса, повторяя развитие реальных событий, сам ход которых определяет композиционно-сюжетную организацию произведения. На композиционном уровне записи являются собой нанизывание эпизодов «кочевания» госпиталя, которое, распадаясь на этапы (предпосылки и условия распада армии – распад армии – последствия распада), образует сюжет как свойство эстетической организованности текста.

Таким образом, именно последние два признака – типизация и эстетизация, воплощенная прежде всего в отчетливой сюжетной организации, позволяют говорить о жанре записок о Японской войне как документальной повести – эпическом произведении с хроникальным сюжетом, сосредоточенным вокруг документально отраженной деятельности двух госпиталей на протяжении небольшого отрезка времени – одного с половиной года войны.

**Выводы.** Считается, что документалистика приобрела особую актуальность в начале XX века. Стремительность изменений, которые он нес с собой, вызвала потребность в «ориентирующей» литературе, которая бы оперативно предоставляла одновременно и факты, характеризующие событие, ситуацию, причем от непосредственных, живых участников, и образы как их интерпретацию и синтезирование в более или менее целостную картину происходящего.

Сегодняшняя ситуация, как представляется, имеет ту же тенденцию, и потому является целесообразным обращение к опыту создания такой литературы великими мастерами, «методика» которых требует освоения и усвоения современным поколением очевидцев и участников новой грозной эпохи.

**Список литературы:**

1. Анохина, А.В. Проблемы документализма в современном литературоведении / А.В. Анохина // Проблемы филологии, культурологии и искусствознания. – 2013. – № 4. – С. 189-194
2. Вересаев, В.В. Собрание сочинений в 5 томах / В.В. Вересаев. – М., 1961.
3. Местергази, Е.Г. Художественная словесность и реальность (документальное начало в отечественной литературе XX века): автореферат дис. ... доктора филол. наук / Е.Г. Местергази. – М., 2008. – 50 с.
4. Симонова, Т.Г. Мемуарная проза русских писателей XX века: поэтика и типология жанра / Т.Г. Симонова. – Гродно, 2002. – 119 с.
5. Фохт-Бабушкин, Ю.В. В. Вересаев и его публицистические повести / Ю.В. Фохт-Бабушкин. – URL: [http://az.lib.ru/w/weresaew\\_w\\_w/text\\_0132.shtml](http://az.lib.ru/w/weresaew_w_w/text_0132.shtml) (дата обращения: 09.01.2025)

## ЭВОЛЮЦИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ИНТЕРФЕЙСОВ: КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ

Габриелян Ашот Олегович,

аспирант

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федерального государственного автономного  
образовательного учреждения высшего образования  
«Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

Андрющенко Ирина Александровна,

кандидат культурологии, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федерального государственного автономного  
образовательного учреждения высшего образования  
«Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** В статье исследуется эволюция пользовательских интерфейсов в культурологическом контексте акцентируется внимание на необходимости поиска баланса между технологическим прогрессом и культурными особенностями людей. Проведен исторический обзор эволюции интерфейсов, начиная отprotoинтерфейсов, таких как первые инструменты и символические системы, до современных решений, включающих графические интерфейсы, естественные пользовательские интерфейсы (NUI) и нейроинтерфейсы (BCI). В работе отмечается, что стремительное развитие искусственного интеллекта и генеративных моделей, в качестве основ будущих интерфейсов выступает вызовом и опережает адаптационные возможности общества. Предложено решение в виде гибридных самообучающихся интерфейсов, основанных на ИИ, которые могли бы учитывать индивидуальные особенности пользователей и гармонично интегрировать технологии в повседневную жизнь. Обозначена необходимость этического контроля при разработке подобных решений для обеспечения их соответствия культурным и социальным нормам.

**Ключевые слова:** пользовательский интерфейс, культурный контекст, эволюция пользовательских интерфейсов, естественный пользовательский интерфейс, нейроинтерфейс.

**Annotation.** The article explores the evolution of user interfaces within a cultural context, emphasizing the need to balance technological progress with the cultural characteristics of individuals. A historical review of interface development is presented, ranging from proto-interfaces, such as early tools and symbolic systems, to modern solutions, including graphical user interfaces (GUI), natural user interfaces (NUI), and brain-computer interfaces (BCI). The study highlights that the rapid development of artificial intelligence and generative models, which form the foundation of future interfaces, poses significant challenges and outpaces the adaptive capabilities of society. A solution is proposed in the form of hybrid, self-learning interfaces based on AI, designed to account for users' individual characteristics and seamlessly integrate technologies into daily life. The article underscores the importance of ethical oversight in the development of such solutions to ensure their alignment with cultural and social norms.

**Key words:** user Interface, cultural context, evolution of user interfaces, natural user interface, brain-computer interface.

**Постановка проблемы.** Существует проблема учета культурного контекста в пользовательских интерфейсах, которая заключается в необходимости поиска баланса между технологическим развитием и культурными особенностями людей. Эволюция интерфейсов неразрывно связана с необходимостью осмысленного их проектирования, где наравне с техническими возможностями учитываются когнитивные, культурные, этические и социальные аспекты.

**Изложение основного материала.** Протоинтерфейсы. Пользовательские интерфейсы берут начало в далеком прошлом, когда человек только начал взаимодействовать с окружающим миром через простейшие инструменты. Первые орудия труда, такие как каменные рубила, деревянные копья и костяные иглы, становились продолжением физических возможностей человека. Так копье с заостренным кремнем на конце позволяло эффективно охотиться, находясь на значительном удалении от добычи. С развитием когнитивных способностей человек начал создавать символические системы. Наскальные рисунки фиксировали сцены охоты, мифологические сюжеты и важные события. Изображения служили способом передачи знаний между поколениями, связывая общество во времени. Одновременно инструменты и символы приобретали культурное и социальное значение: оружие вождя символизировало власть, а сложные узоры на предметах – духовное наследие. Такие объекты объединяли в себе утилитарные и культурные функции.

Механические интерфейсы. С течением времени человек все сильнее преобразовывал среду обитания. Инструменты усложнялись, а многие механизмы радикально изменяли повседневную жизнь. Колесо, изобретенное в IV тысячелетии до н. э., нашло применение в повозках, а рычаг, описанный Архимедом, стал основой множества инженерных решений. Подобные устройства не только повышали производительность, но и требовали нового подхода к взаимодействию с ними. Антикитерский механизм, созданный в Древней Греции около 205 года до н. э., стал первым известным вычислительным устройством. Его сложная конструкция из шестерней позволяла рассчитывать астрономические события, такие как затмения и положение небесных тел. Управление производилось с помощью ручки, а результат отображался на циферблате, что представляет собой ранний пример механизма ввода и вывода.

Важным достижением первой промышленной революции XVIII века стала механизация и автоматизация. Жозеф Мари Жаккар разработал систему перфокарт для управления узорами на ткацких станках. Перфокарты позволяли програмировать машину с помощью набора отверстий.

Электромеханические интерфейсы. Во время второй промышленной революции стали появляться устройства, преобразующие электрическую энергию в механическое движение. Телеграф, изобретенный Сэмюэлем Морзе в 1837 году, позволил передавать сообщения с помощью бинарного кода точек и тире, став основой для развития телекоммуникаций. Телеграфный ключ при этом можно рассматривать как интерфейс телеграфа. В 1876 году Александр Белл изобрел телефон, преобразующий звуковые волны в электрические сигналы. Устройство состояло из микрофона и динамика, позволяло людям напрямую общаться на расстоянии.

В начале XX века появились первые электромеханические вычислительные устройства. Аналитическая машина Чарльза Бэббиджа заложила основы архитектуры современных компьютеров. Она включала механизмы для выполнения арифметических операций, хранения данных и последовательного выполнения инструкций.

Аналоговые и цифровые интерфейсы. Середина XX века ознаменовалась третьей промышленной революцией, а именно эпохой цифровизации. Стоит уделить особое внимание электронно-вычислительным машинам, развитие которых можно условно разделить на несколько поколений.

Первое поколение, 1940-е – начало 1950-х годов, использовало тысячи вакуумных электронных ламп, диодов, реле, резисторов и конденсаторов, что делало ЭВМ громоздкими и энергоемкими. Ввод данных осуществлялся с помощью примитивного машинного кода через перфокарты и перфоленты. Это были военные и закрытые государственные проекты. Одним из значимых вкладов в концепцию взаимодействия человека и вычислительных систем стала идея Вэнвара Буша представленная в виде гипотетической машины «Мемех» в 1945 г., способная хранить и организовывать информацию, обеспечивая доступ к ней через ассоциативные ссылки. Эта концепция предвосхитила развитие гипертекстовых систем и повлияла на дальнейшее направление разработки пользовательских интерфейсов, стимулируя исследователей к поиску более интуитивных и гибких способов взаимодействия с информацией.

Во втором поколении, 1950-1960-е годы, характеризовалось появлением транзисторов, которые повысили надежность и уменьшили размеры устройств. Появились языки программирования низкого уровня, такие как Ассемблер и первые языки высокого уровня, такие как Fortran и COBOL, а также первые командные строки (Command line interface). Со временем командные строки стали стандартом для компьютеров, обеспечивая текстовое взаимодействие, где выполнение операций зависело от введенной команды. Несмотря на четкость исполнения задач, этот метод требовал от операторов знания определенных команд и синтаксиса.

Третье поколение, 1960–1970-е годы, использовало интегральные схемы, что удешевило производство и упростило массовое внедрение. Мини-ЭВМ стали доступны для организаций, способствуя расширению использования компьютеров в корпоративных отраслях.

Четвертое поколение, с 1970-х годов, ознаменовалось внедрением однокристальных микропроцессоров и появлением первых персональных компьютеров, что сделало компьютеры доступными для индивидуального использования. Компьютеры стали более компактными и мощными, открыли возможности для их применения в повседневной жизни.

Выделяют также и пятое поколение, ориентированное на искусственный интеллект, параллельные вычисления и квантовые технологии.

Конец XX – начало XXI века ознаменовался наступлением информационной революции. Появление персональных компьютеров и интернета привело к распространению новых информационно-коммуникационных технологий и интенсификации информационных потоков, знаменуя начало этапа информационного общества в рамках техногенной цивилизации. Информация стала стратегическим ресурсом, определяющим развитие общества нового типа [4].

Эволюция пользовательских интерфейсов отражает не только технологический прогресс, но и глубокие изменения в культурных, социальных и экономических аспектах общества сопровождающее этот процесс. Далее мы рассмотрим ключевые виды интерфейсов и проанализируем их с акцентом на культурный контекст.

Командная строка стала одним из первых способов взаимодействия пользователей с компьютерами. В эпоху появления операционных систем, таких как UNIX и MS-DOS, CLI представляла собой основной инструмент для специалистов и инженеров, позволяя выполнять сложные задачи с помощью текстовых команд [6]. В этот период компьютеры были доступны преимущественно узкому кругу технических специалистов и организаций. Командная строка требовала от пользователей глубоких знаний системных команд и логики работы компьютера, что ограничивало ее доступность для широкой аудитории.

Графический пользовательский интерфейс (Graphical User Interface, GUI) произвел революцию в способах взаимодействия человека и компьютера. Идея первого графического пользовательского интерфейса находит свое воплощение в исследовательском центре Palo-Alto Research Center (PARC) 1973 г. Результатом становится концепция WIMP – Windows, Icons, Menus, Point-n-Click [3]. Простые и понятные человеку образы из реального мира перенеслись в мир виртуальный, за счет того, что они лучше всего передают пользователю свои свойства и функции [2]. Технологические аппаратные инновации, в частности, уменьшение размеров процессоров, средств хранения, появление удобных средств ввода и вывода (монитор, клавиатура, мышь) сделали компьютеры относительно доступными и по-настоящему персональными. Графический интерфейс стремился к демократизации технологий, делая их интуитивно понятными для пользователей с разным уровнем подготовки. Визуальная привлекательность и аппаратная компактность способствовали изменению восприятия компьютеров как сложных инструментов для специалистов до помощника на каждый день.

Стремительное развитие интернета требовал нового инструмента взаимодействия для его интеграции в повседневность пользователей персональных компьютеров. Им стал веб-интерфейс пользователя (Web User Interface, WUI), основанный на веб-технологиях и предоставляющий доступ к приложениям и сервисам через браузеры. С появлением WUI пользователи получили возможность работать, учиться и общаться из любой точки мира,

что способствовало глобализации и взаимосвязанности обществ. Он открыл дверь к безграничной информации, знаниям, развлечениям и публичности.

Следующим этапом развития интерфейсов можно считать естественный пользовательский интерфейс (Natural User Interface, NUI), использующий естественные способы взаимодействия, такие как жесты, голосовые команды и сенсорное управление. NUI представляет собой культурно обусловленную интерактивную систему, которая позволяет пользователю взаимодействовать с машиной напрямую, без использования дополнительных устройств [1]. Развитие сенсорных экранов, голосовых ассистентов и жестовых контроллеров стало ответом на потребность в более естественных способах взаимодействия с технологиями. Такой подход формирует эмоциональный опыт, представляя технологии более человечными и адаптивными. NUI отражает тенденцию к персонализации интерфейсов, позволяя пользователям работать с устройствами на более глубоком уровне, соответствующем их естественным привычкам и предпочтениям.

Нейроинтерфейс (Brain-Computer Interface, BCI) представляет собой малоизученную технологию, позволяющую носителям взаимодействовать с компьютерными системами и другими устройствами напрямую с помощью сигналов мозга. Ярким примером можно считать Neuralink Илона Маска. BCI открывает возможности реабилитации людей с ограниченными возможностями [5]. Одновременно развитие BCI поднимает важные этические вопросы о приватности, безопасности и контроле над личными данными, что отражает современный дискурс о роли технологий в обществе.

**Выводы.** Отчетливо видно, что на протяжении всей истории преобразования природы, человек проектирует интерфейсы взаимодействия, от простейших инструментов до современных нейробиологических решений. Интерфейсы сильно связаны с технологическими инновациями, которые идут в общем векторе с социальными, культурными и экономическими сферами, при этом уровень согласованности неравномерен. Одни области могут опережать в то время, как другие отставать. Так сегодня технологии искусственного интеллекта, особенно генеративные модели, развиваются с чрезвычайно высокой скоростью. Экспериментальные разработки, такие как Rabbit R1, демонстрируют частичный отказ от традиционных графических интерфейсов и активное использование ИИ для взаимодействия с пользователем. Учитывая инертность культуры, столь быстрый темп прогресса опережает адаптационные возможности человека. Одним из перспективных решений можно рассмотреть проектирование гибридных самообучающихся нейроинтерфейсов, основанных на ИИ. Ускоряющие принятие решений, расширяя текущие возможности человека. Такие интерфейсы могли бы в реальном времени анализировать технологические, культурные, поведенческие и социальные аспекты жизни пользователя, адаптируя взаимодействие под его индивидуальные особенности. Тем самым безболезненно интегрируя технологии в повседневную жизнь человека. Разработка таких технологических решений должна сопровождаться строгим этическим контролем для соблюдения культурных и социальных норм.

#### **Список литературы:**

1. Зильberman, Н.Н. Категория «естественность» в классификации пользовательских интерфейсов / Н.Н. Зильberman, С.А. Алексеев // Гуманитарная информатика. – 2018. – № 14.
2. Лайкова, А.А. Аффорданс в веб-интерфейсе / А.А. Лайкова, А.С. Логачева // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2016. – № 12.
3. Лукьянов, Д.В. Разработка графического пользовательского интерфейса / Д.В. Лукьянов // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. – 2012. – № 15.
4. Удовик, В.Е. Информационная революция и становление информационного общества / В.Е. Удовик, А.В. Селотин // Известия МГТУ «МАМИ». – 2011. – № 2 (12). – С. 263-267
5. Шибаев, В.М. Роль нейроинтерфейсов в будущем / В.М. Шибаев, М.А. Зуев, К.С. Баланев // Современные инновации, системы и технологии. – 2024. – № 2.
6. Singer, A. The Command Line Interface / A. Singer. – 2017. – DOI: 10.1007/978-1-4842-3057-2\_5

**ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ  
ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МБОУ  
«ШКОЛА-ГИМНАЗИЯ № 10 ИМЕНИ Э.К. ПОКРОВСКОГО»)**

**Габриелян Тигран Олегович,**

кандидат искусствоведения, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Захарова Анастасия Вадимовна,**

студент 6 курса направления подготовки «Графика»  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Статья исследует роль визуальной идентификации как инструмента формирования имиджа образовательной организации на примере МБОУ школы-гимназии №10 им. Э.К. Покровского г. Симферополя. Актуальность темы обусловлена важностью визуального облика для привлечения целевых аудиторий и укрепления репутации учреждения. Подчеркивается, что уникальный визуальный образ способствует повышению доверия и востребованности школы. Рассмотрены проблемы, с которыми сталкиваются родители при выборе школы, включая обезличивание учреждений и недостаток информации об их деятельности. Обозначены основные этапы формирования визуальной идентификации образовательного учреждения. Результаты исследования могут быть использованы для повышения конкурентоспособности образовательных учреждений через укрепление их визуального бренда. Статья представляет интерес для специалистов в области дизайна, маркетинга и управления образовательными организациями.

**Ключевые слова:** комплекс визуальной идентификации, формирование имиджа, образовательная организация, фирменный стиль, динамическая айдентика.

**Annotation.** The article explores the role of visual identity as a tool for shaping the image of an educational organization, using the example of Pokrovsky School-Gymnasium No. 10 in Simferopol. The relevance of the topic is driven by the importance of visual appearance in attracting target audiences and strengthening the institution's reputation. It is emphasized that a unique visual image enhances trust and demand for the school. The article examines the challenges parents face when choosing a school, including the depersonalization of institutions and the lack of information about their activities. The main stages of developing a visual identity for an educational institution are outlined. The research findings can be used to increase the competitiveness of educational institutions by strengthening their visual brand. The article is of interest to specialists in the fields of design, marketing, and educational management.

**Key words:** visual identity system, image formation, educational organization, corporate style, dynamic identity.

**Постановка проблемы.** В современном мире все сложнее представить себе успешное функционирование образовательной организации без внимания к ее визуальному облику. Внешняя презентация образовательного учреждения, включая его фирменный стиль, становится значимым фактором, влияющим на уровень доверия со стороны разных целевых аудиторий – учащихся и их родителей, учителей, потенциальных партнеров и т.д. Наличие уникального и продуманного визуального образа становится не только инструментом эстетического воздействия, но и стратегическим средством укрепления репутации и повышения востребованности учреждения.

При выборе образовательной организации родители сталкиваются с множеством сложностей и проблем, обусловленных такими факторами как: схожестью официальных

данных, предоставляемых образовательными учреждениями (как правило, организации составляют документацию в соответствии с общепринятыми стандартами); недостатком информации о ключевых аспектах жизни школы – применяемых методиках преподавания, уровне вовлеченности родителей, внеучебных мероприятиях. Положение усугубляет тот факт, что название «МБОУ Школа №...» присваивается нескольким учреждениям в пределах одного района, что приводит к обезличиванию школ в восприятии родителей и затрудняет процесс осознанного выбора.

Кроме того, положительный имидж образовательного учреждения способствует привлечению особых ресурсов: финансовых, информационных, кадровых и т.п. Учреждения с более развитым брендом пользуются большей популярностью среди организаторов мероприятий разного уровня, включая проведение конкурсов, конференций и других мероприятий. Также, такие организации становятся базой для прохождения практики студентов средних специальных и высших учебных заведений, что подчеркивает их авторитет в конкурентной среде.

Объект исследования составляет имидж образовательной организации и его создание через инструменты визуальной идентификации. Предмет – уникальные элементы визуальной идентификации МБОУ школы-гимназии № 10 им. Э.К. Покровского г. Симферополя как инструмент формирования имиджа образовательного учреждения.

Цель статьи заключается в изучении роли системы визуальной идентификации как инструмента формирования имиджа образовательной организации на примере МБОУ школы-гимназии № 10 им. Э.К. Покровского г. Симферополя.

Задачи исследования:

1. Собрать и проанализировать теоретические аспекты в поле исследования.
2. Изучить влияние визуальной идентификации на формирование имиджа образовательной организации.
3. Разработать и описать уникальные элементы комплекса визуальной идентификации для МБОУ школы-гимназии № 10 им. Э. К. Покровского г. Симферополя.

В ходе исследования предметной области были собраны и проанализированы литературные источники, тематически разделенные на группы: посвященные изучению айдентики (Кумова М. [6], Самойленко И.С. [8]); изучающие современный подход к визуальной идентификации с применением динамической айдентики (Федорова А.В. [9]); рассматривающие имидж как средство, влияющее на сознание человека (Журавлев Д.В. [3]); освещающие специфику построения имиджа образовательных организаций (Хоменко И.А. [10], Золотовская Л.А. [5]); посвященные брендингу (Замерченко Н.И. [4], Важнова О.Г. [2],) и визуальной идентификации образовательных организаций (Марченко М.Н. [7], Шпаковский Ю.Ф. [11], Ахъямова И.А. [1]).

**Изложение основного материала.** Имидж любой организации создается обществом в массовом сознании и складывается из множества факторов. Журавлев Д.В. определяет имидж как «целостное видение конкретного социального объекта, построенное на базе его стереотипного восприятия, эмоционально окрашенный схематизированный образ этого объекта, представленный в сознании его социального окружения» [3, С. 8]. Золотовская Л.А. определяет имидж как «имидж от англ. *image* «образ», «изображение». Это искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации» [5, С. 24].

Ключевой фактор, влияющий на конкурентоспособность образовательного учреждения, заключается в формировании его имиджа. Значимость позитивного имиджа школы обуславливается заинтересованностью родителей в изучении особенностей конкретной школы [10].

Одним из первых элементов коммуникации между потенциальным потребителем образовательных услуг и учебной организацией становится визуальная идентификация. Именно она обеспечивает узнаваемость и целостность восприятия организации, и, по мнению Замерченко Н.И., становится в современном мире «необходимой мерой для повышения привлекательности и репутации образовательного учреждения» [4, С. 14].

Разработка визуальных идентификаторов бренда считается одной из основополагающих задач при составлении бренда и включает в себя детальную проработку «системы визуальной идентификации бренда, графических констант к

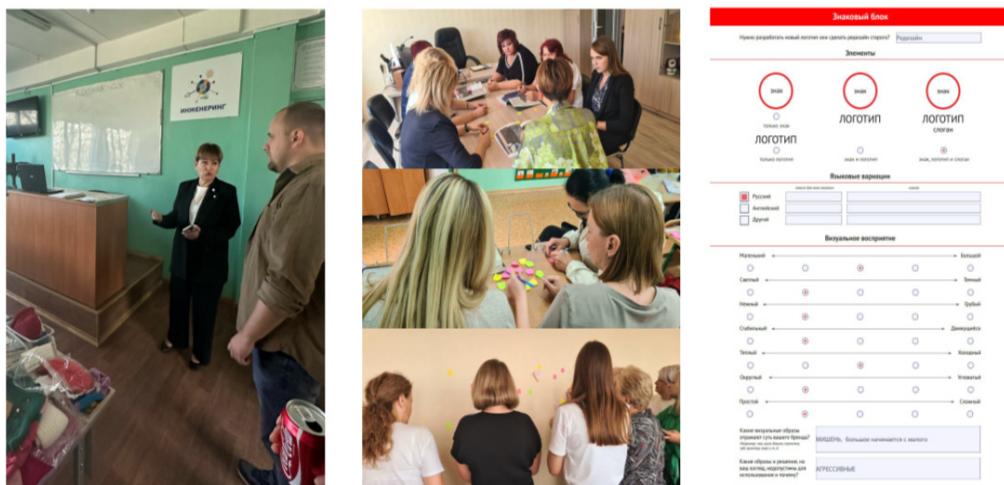
которым, помимо фирменного знака, также относятся фирменные шрифты и палитры с фирменными цветами, фирменная графика и ее стилеобразующие элементы» [7, С. 5].

Таким образом, формирование имиджа образовательной организации осуществляется в результате грамотно составленной стратегии, которая, в первую очередь, включает разработку визуальной идентификации.

Далее в статье представлен авторский практический опыт разработки визуальной идентификации МБОУ школы-гимназии №10 им. Э.К. Покровского г. Симферополя.

Для разработки комплекса визуальной идентификации школы была проанализирована целевая аудитория в лице родителей, находящихся в поиске школы для своего ребенка, определены ее ключевые характеристики, интересы и потребности. Средний возраст родителей (в большей степени женщин, потому что согласно ряду исследований, женщины чаще, чем мужчины, принимают активное участие в вопросах образования детей) – от 30 лет и старше; имеют детей в возрасте 6-16 лет; проживают в городе Симферополе (преимущественно, в районе ул. Героев Сталинграда); имеют средний уровень дохода.

Другими потенциальными потребителями визуального оформления школы выступают учителя и обучающиеся. Среди целевых групп было проведено соучаствующее исследование, которое включало глубинное интервью и экскурсия по школе с директором, анализ запросов групп и бриф-анкетирование (рис. 1).



**Рисунок 1. Методы соучаствующего исследования: глубинное интервью, анализ запросов целевых групп, бриф-анкетирование**

Заполнение брифа является особенно важным шагом для практической работы над созданием системы визуальной идентификации школы, и, особенно, при разработке визуальной идентификации школы. Проанализировав бриф, были сделаны следующие выводы: визуальная идентификация должна базироваться на принципах минимализма и ярких оттенках, где основной цвет – фиолетовый; не допускается использование красного и черного цветов; айдентика должна включать существующий слоган школы: «В Десятку»; иметь округлые формы, не создавать агрессивных ассоциаций, например, образов с мишенью. Визуальная идентификация должна включать в себя логотип, динамическую айдентику, маскот, паттерны, графические элементы, носители фирменного стиля.

На следующем этапе исследования был проведен анализ существующих решений в области визуальной идентификации. Были рассмотрены фирменные стили организаций и площадок, предоставляющих образовательный контент, а также фирменные стили образовательных учреждений различных уровней образования: дошкольных, общеобразовательных, средних специальных и высших учебных заведений. Это позволило выявить общие тенденции и особенности в подходах к созданию визуального образа в среде обучения.

Одним из наиболее интересных дизайн-решений в стиле минимализма в области образовательного контента является брендбук «Литрес». Литрес – полномасштабный мультисервис электронных и аудиокниг, предлагающий возможности распространения учебных материалов среди авторов, читателей и студентов.

Графический знак представляет собой силуэт книг, цветные плашки – разнообразие возможностей платформы, а изменение их цвета напоминает движение вперед, «свайп», который позволяет переходить к следующей странице контента. В фирменном знаке логотипа композиция из книг статична, однако изменение цвета напоминает градиент, который создает динамику, что делает логотип разноплановым и не скучным. Фирменный блок минималистичный и легко запоминается благодаря своей простой форме. Графический знак в фирменном блоке располагается справа от логотипа на одной линии по высоте и снизу (рис. 2).



**Рисунок 2. Логотип мультисервиса электронных и аудиокниг Литрес.  
Сайт Литрес, 2025**

Для авторского дизайн-проекта применяется динамическая айдентика, и перед началом работы было необходимо ознакомиться с существующими решениями. Одним из таких решений является визуальная идентичность для столицы Дании – города Копенгаген. Копенгаген позиционирует себя как самый дружественный и открытый ко всему новому в мире, благодаря активному образу жизни местных жителей. Слоган города звучит как «Копенгаген: открытый для тебя». Взяв за основу слоган, дизайнеры разработали айдентику в виде кнопки «Открыть», которая является частью названия города, (в оригинальном переводе концепция звучит как «Copenhagen» и кнопка «OPEN»).

Динамичность визуальной идентификации проявляется в вариативности использования элемента «open», который может быть дополнен различными графическими составляющими. Гибкость концепции позволяет пользователям выбирать фон в зависимости от их индивидуальных предпочтений и потребностей. В качестве основного логотипа был разработан знак зеленого цвета – элемент «open» органично интегрирован в логотип, визуально напоминая кнопку или значок. Логотип имеет горизонтальную компоновку и включает дескриптор в виде слогана, расположенного в правом нижнем углу. Помимо доминирующих цветов – зеленого и черного, в айдентике используются дополнительные оттенки: голубой, оранжевый и красный. Шрифтовая гарнитура, выбранная для логотипа, относится к категории sans-serif (без засечек) и имеет жирное начертание, что обеспечивает высокую читаемость на различных носителях при разной степени удаленности (рис. 3).



**Рисунок 3. Динамическая айдентика города Копенгаген. Ребрендинг 2009 года**

Сбор и анализ текстовой и визуальной информации в поле исследования позволил перейти к практической разработке визуальной идентификации школы. Самым важным при разработке айдентики было учитывать внедрение слогана «ВДесятку», поэтому эскизные поиски начались с поиска образа из прямой буквенной цитаты и поиска альтернативного решения – монограммы. Итоговое визуальное решение логотипа представляет собой гармоничную композицию, объединяющую плавные округлые формы,

предлог «в» и цифру «10», которые заключены в треугольник. Этот треугольник визуально ассоциируется со стрелкой, символизирующей движение вперед, развитие и устремленность в будущее. Дизайн логотипа направлен на создание образа образовательной организации, основываясь на идеях движения, роста, потенциальных перспектив и креативных решений (рис. 4.).



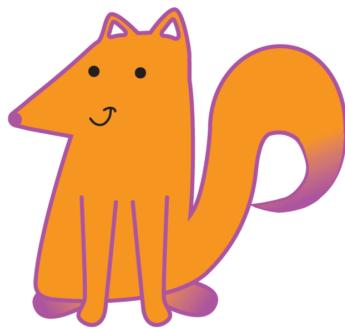
**Рисунок 4. Динамическая идентификация. Логотип – «контейнер» с заполнением паттерном**

Единство и плавность линий графического знака находят отражение в шрифтовом решении. Округлые формы шрифтового решения обеспечивают высокую читаемость и визуальное восприятие, а также формируют ассоциации с комфортом, дружелюбием и безопасностью, что является важным фактором для поддержания бренда школы. Были разработаны варианты динамической идентификации для разных видов носителей и визуального разнообразия: логотип, являющийся «контейнером» для заполнения цветом, паттерном и фотографиями; логотип с дополнительным графическим элементом для добавления фотографий (рис.5.); логотип с более проработанной версией маскота и логотип с детализацией буквы «В» для начальной школы; логотип с сокращенным названием учебного заведения; черно-белые варианты некоторых версий логотипов.



**Рисунок 5. Динамическая идентификация. Логотип с дополнительным графическим элементом для добавления фотографий**

Маскот лиса «Десяточка» для школы № 10 представляет собой стилизованный образ, который органично сочетает в себе элементы фирменного стиля и символику учебного заведения. Голова и туловище лисы визуально вписаны в цифру «1», подчеркивая принадлежность к школе с номером 10. Хвост лисы выполнен в форме цифры «0», что создает единую композицию, объединяющую обе цифры. Персонаж ассоциируется с умом, хитростью и находчивостью, что подчеркивает интеллектуальную направленность образовательного учреждения. Использование фирменных цветов способствует узнаваемости бренда заведения. Маскот легко адаптируется для использования на различных носителях и способствует укреплению имиджа школы и созданию запоминающегося образа (рис. 6).



**Рисунок 6. Маскот школы-гимназии № 10 имени Э.К. Покровского – лиса «Десяточка»**

**Выводы.** Проведенный сбор и анализ теоретических аспектов позволил углубленно изучить проблематику и сформировать концепцию визуального решения. В ходе исследования было установлено, что визуальная идентификация оказывает значительное влияние на формирование имиджа образовательной организации, при этом позитивный имидж играет ключевую роль в ее восприятии целевыми аудиториями. На основе анализа существующих дизайн-решений была разработана и описана визуальная идентификация для МБОУ школы-гимназии № 10 им. Э.К. Покровского г. Симферополя, которая соответствует требованиям целевой аудитории, способствует повышению узнаваемости школы и ее эффективному позиционированию в социокультурном пространстве города.

**Список литературы:**

1. Ахьямова, И.А. Ребрендинг айдентики муниципального вуза как инструмента его продвижения / И.А. Ахьямова, С.А. Плетнева // Управление культурой. – 2023. – № 2 (6). – С. 88-95
2. Важнова, О.Г. Формирование бренда общеобразовательной школы / О.Г. Важнова // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 2. – С. 7-13
3. Журавлев, Д.В. Имидж как специфическое единство типичных признаков, управляющих индивидуальным, групповым и массовым сознанием / Д.В. Журавлев // PR в образовании. – 2004. – №2. – С. 8.
4. Замерченко, Н.И. Брэндинг в образовании / Н.И. Замерченко // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – № 2. – С. 79-81
5. Золотовская, Л.А. Особенности профессионального имиджа педагога: социально-психологический аспект / Л.А. Золотовская // PR в образовании. – 2005. – № 3. – С. 24.
6. Кумова, М. Айдентика: [альбом] / М. Кумова. – М.: КАК проект, Grey Matter, 2014. – 512 с.
7. Марченко, М.Н. Визуальная идентификация бренда и особенности ее дизайна-проектирования на примере дизайна территориального брендинга / М.Н. Марченко, А.А. Чекаль // Культура и время перемен. – 2022. – № 3 (38). – URL: [https://s.esrae.ru/timekguki/pdf/2022/3\(38\)/782.pdf](https://s.esrae.ru/timekguki/pdf/2022/3(38)/782.pdf) (дата обращения: 07.03.2025)
8. Самойленко, И.С. Роль типографики в формировании визуальной айдентики бренда / И.С. Самойленко, М.Е. Могутина // KANT: SS&H. – 2024. – №2 (18).
9. Федорова, А.В. Проектирование вариативных систем визуальной идентификации бренда как инновационный подход в коммуникативном дизайне / А.В. Федорова, М.А. Лагутина, Г.В. Буханов // Российская школа связей с общественностью. – 2023. – №31.
10. Хоменко, И.А. Имидж школы: механизмы формирования и способы построения / И.А.Хоменко // День за днем: Наука. Культура. Образование 2006-2019. – 2019. – URL: <https://www.den-za-dnem.ru/page.php?article=386> (дата обращения: 05.03.2025)

11. Шпаковский, Ю.Ф. Анализ визуальной идентификации учреждений образования / Ю.Ф. Шпаковский, О.Г. Барашко, А.А. Зуттэ // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – 2018. – № 1 (207). – С. 62–67
12. Яндекс Практикум: сайт. – 2024. – URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/kak-sdelat-animirovannyj-logotip/> (дата обращения: 09.02.2024)

УДК 81-2

## **ЯЗЫКОВОЙ КОД СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ИДИОМАТИЧЕСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ ТУРЕЦКИХ TRAVEL-БЛОГЕРОВ (YOUTUBE CHANNELS – NAYTA YOLLARDA, YIRTIK PANTOLON, MERT AKTAS TRAVEL)**

Джелилов Ахтем Алиевич,  
кандидат филологических наук, доцент  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Статья посвящена устойчивым выражениям турецкого медиадискурса, которые формируют специфичный языковой код как одну из регистрационных характеристик социальной сети YouTube. Для реализации поставленной цели сформулированы следующие задачи: выявить понятие «регистр дискурса» и определить его составляющие; установить регистрационные характеристики социальной сети; выделить и описать языковой код как одну из регистрационных характеристик медиадискурса; выявить, что турецкие устойчивые единицы формируют национально специфический языковой код виртуальной коммуникации турецкого сегмента YouTube. Регистровая характеристика коммуникативного кода представлена устойчивыми словосочетаниями как важная составляющая турецкой виртуальной коммуникации, обусловленной культурным контекстом.

**Ключевые слова:** языковой код, медиадискурс, идиомы, турецкие блогеры, социальные сети, виртуальная коммуникация.

**Annotation.** The article deals with the idioms in Turkish media discourse, which form a specific language code as one of the register characteristics of YouTube social network. The author identifies the concept of "discourse register" and determines its components; establishes the register characteristics of the social network; highlights and describes the language code as one of the register characteristics of the media discourse; reveals that Turkish stable units form a nationally specific language code of virtual communication of the Turkish segment of YouTube. The register of the communicative code is represented by idioms as an important component of Turkish virtual communication, sharing the cultural context.

**Key words:** language code, media discourse, idioms, Turkish bloggers, social networks, virtual communication.

**Постановка проблемы.** Концептуальная и существенная природа современных цифровых объектов в системе метаязыка новых медиа становится объектом анализа многих отечественных и зарубежных исследований, опираясь на междисциплинарный инструментарий. Отдельное внимание стоит уделить когнитивно-дискурсивным основам семантики языка современной медиакультуры.

**Изложение основного материала.** Концептуальная семантика медиадискурса позволяет по-новому взглянуть на целый ряд сложных вопросов, связанных с концептуализацией и категоризацией человеком окружающего мира. Языковая картина мира, являясь материальной вербализацией концепта, отражает определенное видение мира, характерное для носителей того или иного языка, той или иной культуры. Через призму базовых культурных концептов человек осмысливает себя, свой внутренний мир, а также важные сферы и виды деятельности.

Когнитивная семантика является одним из центральных разделов когнитивной лингвистики. Она отражает то, как человек воспринимает и осмысливает окружающий его мир, и как этот опыт реализуется в значениях языковых единиц и в дальнейшем вербализируется в медиапространстве.

Концептуальное значение выражается в закрепленной и свободной формах сочетаний соответствующих языковых единиц. Концепт отражает категориальные и ценностные характеристики знаний о некоторых фрагментах мира, заключает в себе национальный образ, символ, идею, которая имеет сложную структуру представления, реализуемую различными вербальными средствами.

Первым этапом изучения концепта становится определение его мотивирующих признаков. Один из подходов концептуального анализа основывается на изучении внутренней формы слова – репрезентанта концепта, его этимологии (анализ данных специальных, этимологических, фразеологических и диалектологических словарей, выявление способов актуализации выделенных признаков в контекстах, определение синкетичных смыслов).

Под мотивирующим понимается такой признак, который послужил основанием для именования некоего фрагмента мира (внутренняя форма слова). Эти признаки связаны с внутренней формой слова, которая является основой, на которой возникли и держатся остальные признаки, они реконструируются с помощью этимологического анализа словарных статей.

Современное поле лингвистической прагматики формируют категории различных типов коммуникации: социальной, межкультурной, виртуальной, среди которых есть и риторические аспекты, связанные с выразительностью, последовательностью коммуникативных ходов, вежливостью и уместностью [11, С. 54].

Одним из перспективных направлений лингвистической прагматики является исследование виртуальной коммуникации, особым видом дискурса, для которого характерны как общие для других типов черты, так и ряд отличительных признаков, недоступных в повседневной коммуникации: субъективность информации, интерактивность, гипертекстуальность, креативность, глобальность, анонимность, мозаичность [3, С. 223].

Контекст во многом определяет специфику коммуникации. Языковая система в ситуативном контексте представляется уже не статической формой репрезентации, а предстает динамической, открытой системой, обусловленной экстралингвистическими факторами общения. Такой деятельностный подход к изучению ситуативно зависимой коммуникации предлагает лингвосемиотическая модель регистровых характеристик дискурса М. Холидея, основателя Австралийской школы системно-функциональной грамматики и социальной семиотики.

Регистр дискурса (Register of discourse), согласно этой теории, – это конфигурация семантических моделей; набор смыслов, созданных в определенных специфических условиях, содержит три компонента: тематическая сфера – field; конфигурация коммуникативных ролей участников – tenor; специфика канала коммуникации – mode [10].

Понимание виртуальной коммуникации как особого регистра, который имеет свои характеристики открывает перспективы исследования виртуального дискурса как особого языкового кода, детерминированного спецификой канала общения.

Именно этой регистровой характеристике – каналу коммуникации или виртуальному языковому коду (mode) посвящено наше исследование.

Устойчивые выражения формируют специфичный языковой код как одну из регистровых характеристик социальной сети YouTube. Для решения поставленной цели сформулированы следующие задачи: выявить понятие «регистр дискурса» и определить его составляющие; установить регистровые характеристики социальной сети; выделить и описать языковой код (mode) как одну из регистровых характеристик виртуального дискурса; доказать, что турецкие устойчивые единицы формируют национально специфический языковой код (mode) виртуальной коммуникации турецкого сегмента YouTube.

Объектом исследования является дискурс современных турецких travel-блогеров. Предметом исследования – комментарии с устойчивыми словосочетаниями, как турецкая

идиоэтническая, составляющая языкового кода YouTube. Идиоматические выражения были получены методом сплошной выборки в количестве 890 единиц из речевых комментариев.

Теорию регистра дискурса предложил австралийский языковед, китаист М. Холидей [8], продолжив и развив идеи Б. Малиновского и представителя школы британского контекстуализма Дж. Фьюрса [7]. Согласно этой теории, регистр дискурса охватывает следующие параметры [6].

1. Кто участвует? – (tenor) касается влияния конфигурации социальных и коммуникативных ролей, говорящих на ход коммуникации.

2. Что именно происходит? – (field) «поле» как пространство действий или тематическая сфера, в состав которой входят как стратегии говорящих, так и тематический репертуар.

Виртуальная коммуникация социальных сетей рассматривается как определенный тип дискурса, которому присущи свои регистровые характеристики. Особенность виртуального канала коммуникации, как одной из регистровых характеристик (tenor), заключается, в частности, в анонимности – отсутствии таких индивидуальных параметров, как пол, социальный статус, возраст. Ведь характеристики, заявленные в виртуальном профиле, могут не соответствовать действительности или быть скрытыми. Это отчасти обусловило тематическую сферу (field) виртуальной коммуникации YouTube: выделиться, презентовать свою коммуникативную личность в виртуальной среде, с одной стороны, и показать свою принадлежность к определенному цифровому турецкому сообществу. Такой пользователь, знаком с правилами цифрового этикета – нетикета (от «netiquette» – правила вежливости в виртуальной коммуникации [9, С. 34]). Это становится возможным благодаря употреблению ситуативно и этнокультурно детерминированного языкового кода (mode).

В свою очередь, регистровыми характеристиками виртуального общения в социальной сети являются:

1. Конфигурация социальных ролей – tenor.

Имеющиеся стратегии анонимности – максимальная большинство аккаунтов являются закрытыми, информация о которых доступна только подписчикам. Такая стратегия – закрывать свой аккаунт или создавать «фейковый» является типичной для всего турецкого виртуального пространства. Соответственно социальные, культурные и гендерные показатели в подавляющем большинстве остаются скрытыми.

2. Тематическая сфера или пространство действий коммуникантов – field.

Основная функция социальных сетей – аксиологическая. Последняя содержит соответствующий тематический репертуар. Она выражается в высказывании оценки и обсуждении фото. Однако высокая степень анонимности социальных сетей отчасти повлияла на тематическую сферу виртуального общения в комментариях. Поэтому важной функцией турецкого сегмента YouTube является фатическая, а именно функция самопрезентации в виртуальном мире соцсетей.

3. Какую роль играет в этом речь? – mode или языковой код – это сфера коммуникативного кода или употребления языковых и экстралингвистических средств в конкретной ситуации общения, обусловленной предыдущими двумя параметрами.

Следовательно, регистр дискурса приобщает к модели языка ряд элементов контекста: социальные, коммуникативные роли участников общения, вербальный и невербальное поведение, тематическую сферу, коммуникативные ожидания и стратегии, эффект. Выбор вербальных и невербальных средств (регистровая характеристика mode), не ограничивается упомянутыми параметрами, ведь, по нашему мнению, такой экстралингвистический параметр как культурный контекст в значительной мере определяет поведение носителей различных лингвокультур. Поэтому учет категории культурно обусловленного контекста открывает перспективы изучения этномаркированных регистров дискурса.

Среди характерных черт турецких travel-блогеров отмечается следование нормам медиаэтики и риторики, а именно владение красноречием и принципами вежливости как средствами самопрезентации и «сохранение лица».

Одним из воплощений турецких вежливых стратегий красноречия, о которых говорилось выше, является употребление таких средств национально специфических

языковых средств. Рассмотрим подробнее эту этнокультурную доминанту турецкого коммуникативного кода.

Многие устойчивые выражения, содержат этнокультурные маркеры – религиозные вежливые формулы – Religious Politeness Formulas [9, С. 41], что соответствует качеству турецкого вежливого общения. Употребление устойчивых выражений является частотным явлением в турецкой виртуальной коммуникации в социальных сетях. Как показал материал, 35% среди 890 комментариев содержали апеллятивы к религии. Языковой код (mode) турецких комментариев представлен сочетанием вербальных и невербальных средств.

Одной из самых распространенных, в частности, является формула «Maşallah: Eyvallah», Vay, vay, vay и др. В контексте комментариев эта формула имеет экспрессивную функцию – это идиоэтнически маркированный речевой акт комплимента с апелляцией к Богу. Представлена как отдельно, или в сочетании с эмотиконами как знаками другой семиотической системы: речевыми актами, ведь происходит своего рода семиотизация дискурса, когда слово теряет свою информативную функцию и превращается в магическую формулу. Оценка фото происходит посредством апелляции к самому высшему абсолюту. Для носителей турецкого языка такая магия слова с упоминанием Allah содержит высокую степень убеждения и является этномаркированной лексемой качества.

Что касается функционального потенциала выражений, то материал показал, что подавляющее большинство комментариев – это речевые акты восхищения, комплимента и пожелания:

1. Идиомы, фразеологические сращения, единства и сочетания:

Aç ayı oynamaz – букв. «голодный медведь не будет играть» – о голодном человеке.

Patatez olduk – букв. «помялись (в машине) как картошка» – о физическом состоянии после долгого пути в переполненном транспорте.

Büsküvi yuvalamak – букв. «пристроить в гнездо печенье» – быстро съесть.

Arkadaşları tavvaf etmek – букв. «сделать тавваф, как после пятничной мусульманской молитвы» – попрощаться с друзьями персонально пожав им руку.

Tur atmak – букв. «бросать тур» – путешествовать.

Bar bur yemekleri – букв. «блюда бар-бур» – еда быстрого приготовления, нездоровая пища.

Gümbür gümbür kiyamet gibi kokuyor – букв. «пахнет зловонием, судным днем» – скверно пахнет (о запрещенных веществах, марихуане).

Yemek nefis parçası – букв. «еда, захватывающая дух» – о вкусной еде.

Efsane bir ortam – букв. «легендарная площадка» – популярное место для отдыха.

Günahin merkezi – букв. «центр грехопадения» – о месте без запретов и ограничений.

Sakat mahalle – букв. «убогий квартал» – место, опасное для прогулок.

Leş meyvesi – букв. «фрукт, пахнущий падалью» – дуриан.

Tehlikeniñ göbeği – букв. «пуп опасностей» – очень страшное место для прогулок и т.д.

Allah korusun – букв. «Пусть Аллах спасет» – Пусть Всевышний бережет!

Allah'ın evleri – букв. «дома Аллаха» – мечети, храмы.

Allah, Allah – букв. «Аллах, Аллах» – выражение эмоции удивления, восхищения.

İçini dökmek – букв. «нутро выливать наружу» – изливать душу, говорить, все что есть на душе, откровенничать.

Kısa yoldan kösey dönmemek – букв. «коротким путем за угол повернуть» – быстро разбогатеть.

Deve Üsküdarı geçen gibi – букв. «как верблюд прошел по Ускюдару» – кто-то прошел со стихийной силой, снося за собой все.

Mars'ın arka sokaklarında – букв. «в закоулках Марса» – в крайней степени досягаемости.

2. Фразеологические единицы коммуникативного характера:

Kuş uçmaz, kervan gidemez – Птица не пролетит, караван не пройдет.

Parayı batırırsın burda – şehri yapar, imzasını atar – Если сюда вложишь деньги – они построят город и поставят свою подпись.

Paramız düşsün diye – Пусть деньги немного потратятся.

Dondurmanın tadı – bildiğim boyası – Вкус мороженого – уже знакомая мне краска.

Üstte minare, altta kirane / üstte forma, altta sorma – Сверху минарет, внизу публичный дом / сверху форма, а внизу и не спрашивай.

Gezgin gider, araştırır – Дорогу осилит идущий.

Kadınlar Mars'tan, erkeler Kars'tan – букв. «Женщины с Марса, мужчины с города Карса». – мужчины и женщины настолько различны, что их можно считать выходцами с двух разных планет.

Канал виртуального общения как регистровая характеристика (tenor) предопределяет конфигурацию коммуникативных виртуальных ролей говорящих, обеспечивая последним значительно большую анонимность по сравнению с живым устным общением. Этот фактор в свою очередь влияет на тематическую сферу виртуального общения (field) и дает возможность использования более креативных коммуникативных единиц (mode). Турецкие идиоматические выражения – это специфичные полифункциональные коммуникативные средства, детерминированные культурным контекстом как одной из регистровых характеристик, а их применение является элементом турецкого виртуального этикета. Как показал материал, большинство комментариев свидетельствуют об онтологизации речевого акта, ведь в данном регистре они являются определенными сакральными «магическими формулами», объединенные ахисемой – восхваление, восхищение и пожелание.

**Выводы.** Таким образом, регистровая характеристика коммуникативного кода (mode) представлена устойчивыми словосочетаниями как важная составляющая турецкой виртуальной коммуникации, обусловленной культурным контекстом.

Перспективами дальнейших исследований могут быть изучение других культурно маркированных средств виртуального общения на разных уровнях языка, функциональный стиль современных турецких travel-блогеров, сопоставление языкового кода различных соцсетей, контент-анализ других регистровых характеристик виртуального общения.

#### Список литературы:

1. Бацевич, Ф. Лінгвістична генологія – проблеми та перспективи / Ф. Бацевич. – Львів: ПАІС, 2005. – 264 с.
2. Горошко, Е. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы. Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. / Е. Горошко. – ОГИИК, 2007. – Вып. 5. – С. 223-237
3. Радбиль, Т. Языковые аномалии в художественном тексте: Андрей Платонов и другие / Т. Радбиль. – М.: Флинта, 2012. – 322 с.
4. Уткина, Ю. Мовленнєви формули з іменем Аллаг як один із компонентів верbalного арабського етикету. Історія релігій в Україні: науковий щорічник / Ю. Уткина. – Львів: Логос, 2005. – С. 400-407
5. Ghazala, H. Allegory in Arabic Expressions of Speech and Silence (A Stylistic-Translational Perspective) / H. Ghazala // Translation Journal. – 2002. – Volume 6, № 2. – URL: <https://translationjournal.net/journal/20arabic.htm>
6. Halliday, M.A.K. Language as Social Semiotic / M.A.K. Halliday. – London: Edward Arnold, 1978. – 256 p.
7. Hasan, R. Speaking with reference to context. Text and Context in Functional Linguistics / R. Hasan. – University of Brunei Darussalam, 1999. – P. 177-219
8. Kolata, J. The Reformulation of Genre and Register Analysis / J. Kolata // Styles of communication. – 2010. – № 2. – P. 50-74. – URL:<https://journals.univ-danubius.ro/index.php/communication/article/viewFile/733/666>
9. Mazid, B. The Politeness Principle From Grice to Netiquette / B. Mazid. – Kuwait: AASS, 2008. – 61 p.
10. Souzani, F.A. Register Analysis of the Persian Translation of McCarthy's novel "The Road" in light of Steiner's model / F.A. Souzani. – URL: <https://translationjournal.net/July-2015/a-register-analysis-of-the-persian-translation-of-mccarthy-s-novel- the-road-in-light-of-steiner-s-model.html>

11. Svehlova, M. Zdvofilst a recova etiketa. Filologicke studie XIX / M. Svehlova. – Praha: Academia, 1994. – 61 s.

УДК 7.067

## ИТАЛЬЯНСКИЙ КИНЕМАТОГРАФ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СОВЕТСКОЙ МОДЫ 1960–1970-Х ГГ.

Зайцева Дарья Сергеевна,

магистрант

Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург)

**Аннотация.** Статья посвящена трансформации советских вестиментарных практик 1960–1970-х гг. через призму влияния на потребительский выбор образов и смыслов итальянского кинематографа (преимущественно развлекательных фильмов жанров комедия по-итальянски и мелодрама). Описаны такие стратегии в области моды как самостоятельный пошив одежды, использование услуг ателье и портних, переделка одежды, использование нелегальной сети распространения малодоступных вещей, приписывание советским вещам иностранного происхождения. Показано, что итальянский кинематограф внес вклад в рост символической ценности вещей и усиление товарного фетишизма рассматриваемого периода.

**Ключевые слова:** советская мода, модный дискурс, вестиментарные практики, советская повседневность, советская культура потребления, итальянский кинематограф.

**Annotation.** The article is devoted to the transformation of Soviet vestimental practices of the 1960s–1970s through the prism of the influence on the consumer choice of images and meanings of Italian cinema (mainly entertainment films of the genres commedia all’Italiana and melodrama). Such fashion strategies as independent tailoring, the use of ateliers and tailors, the alteration of clothes, the use of an illegal distribution network of hard-to-get items, and the attribution of Soviet things of foreign origin are described. It is shown that Italian cinema contributed to the growth of the symbolic value of things and the strengthening of commodity fetishism of the period under review.

**Key words:** Soviet fashion, fashion discourse, vestimental practices, Soviet everyday life, Soviet consumer culture, Italian cinema.

**Постановка проблемы.** Советский вкус в одежде, сформировавшийся в процессе легитимации культуры потребления в годы оттепели, требовал от субъекта социалистической системы компетенций в области стиля и моды, а также знания определенного набора правил и готовности им следовать [7, С. 86]. Эти умения и навыки должны были помочь человеку одеваться «просто», «удобно», «скромно», «целесообразно», с «чувством соразмерности и собразности» [2, С. 238]. Однако советский потребитель не существовал в вакууме. В годы оттепели произошло знакомство людей с культурными объектами других стран, среди которых были и итальянские кинофильмы. В рамках нашей работы мы предлагаем рассмотреть их в качестве одного из факторов формирования повседневной советской моды. Подчеркнем, что под советской модой мы понимаем особый тип советского модного дискурса, находящегося под влиянием как официальных советских требований в сфере модного потребления, так и модных желаний потребителей. Подробнее сущность данного феномена и его двойственную форму мы рассмотрели ранее [5], настоящая же статья посвящена определению места культурных продуктов из Апеннинского полуострова в системе формирования модного потребления 1960–1970-х гг.

**Изложение основного материала.** По мнению О.Ю. Гуровой, темпоральный режим советской моды можно рассмотреть на макро- (уровень государства с централизованной системой со сложной процедурой утверждения фасонов и неповоротливостью предприятий массового производства одежды) и на микро-уровне (уровне вестиментарных практик отдельного человека) [3, С. 71]. На макро-уровне советская мода представляла в виде «застывшей» моды. Она всегда казалась немного

устарелой, поскольку существовала в форме «официального советского костюма» [3, С. 74], изредка подразумевавшего некоторые несущественные изменения в духе тенденций европейской моды. Одежда в таком стиле предполагала соответствие традиции и канонам классической гармонии.

Дж. Бартлетт в свою очередь выделяет два варианта нормы внутри советской моды. Первым она считает представительский помпезный стиль, транслируемый преимущественно на международных мероприятиях, и внутри страны в элитных модных изданиях, приобрести которые могли в основном жители крупных городов и работники модной сферы («Модели сезона») [1, С. 231]. Этот малоизменяемый десятилетиями стиль существовал в формате замедленного темпорального режима.

В качестве второго варианта социалистической моды можно считать установку на сочетание скромности, благопристойности и функциональности как компромисс между требованиями модной элегантности и пролетарским аскетизмом. Такая мода продвигалась через концепцию хорошего вкуса в более доступных для жителей даже небольших городов изданиях, в частности в «Работнице» [1, С. 235], а также благодаря проведению показов мод на производствах. Несмотря на включение в коллекции одежды второго варианта социалистической моды, обозначенной в средствах массовой информации в качестве повседневной, предметов гардероба молодежного стиля, костюмов для отдыха, спорта и других ситуаций, этот вариант нормы можно смело относить к «застывшей» моде. В пользу этого мнения говорят факты: платья, появлявшиеся на полках магазинов, не отличались разнообразием, рубрики женских журналов, посвященных моде, часто повторяли советы по правильному советскому вкусу и предлагали однотипные выкройки.

К 1960-м гг., когда население получило некоторые финансовые и временные возможности и ресурсы, а также сформировало благодаря политическим, социальным и экономическим преобразованиям предыдущего десятилетия представления о личном пространстве, появилась необходимость в новых каналах моды. Одним из них выступил кинематограф, который и повлиял на то, что мода на уровне повседневности людей, проявлявших активность в сфере культурного потребления, стала значительно обгонять медленную моду всесоюзного масштаба.

Стоит заметить, что для капиталистических стран середины XX века связь между кино и модой была устоявшейся, поскольку оба института в силу демонстративного характера были с момента возникновения включены в логику визуального потребления [4]. В то же время отечественные фильмы в советской повседневности, в отличие от европейских и американских картин в обществе потребления Запада, не занимали ведущую роль в функционировании института моды. Как отмечают исследователи, советские люди понимали, что дикторы советского телевидения и актеры кино находятся в системе жесткого диктата советской морали [6], которая использовала одежду для подчинения людей правилам приличия. Так, в работах о влиянии отечественной кинопродукции на советскую моду часто фигурируют следующие замечания респондентов: «В советских фильмах не было красиво одетых людей» или «Получалось, не они нам диктовали моду, а мы им» [6]. Таким образом, несмотря на то, что отечественные картины могли формировать определенное отношение к моде, они играли скорее воспитательную функцию, демонстрируя нормативное или ненормативное потребление [4]. Трансляции нарядных платьев и костюмов должна была служить представительским вариантом советского стиля, т.е. показывать успехи социалистической системы в удовлетворении потребностей.

В то же время советский зритель 1960-1970-х гг. становится похож на зрителя капиталистических стран: он обретает кумиров среди деятелей зарубежного кинематографа, т.е. культурное потребление становится интернациональным. Более того, благодаря появлению в широком прокате фильмов зарубежного происхождения у него появляется представления о кино как канале трансляции модных образов. Итальянские фильмы как один из самых доступных источников знаний о современной западной культуре способствовал тому, что официальная система представлений о нормативном потреблении дополнялась представлениями о заграничном образе жизни.

Дж. Бартлетт так пишет о повседневной моде: «Мода среднего класса развивалась в рамках усеченной, лимитированной версии буржуазной реальности, почти 30 лет

существовавшей в социалистических странах одновременно с официальной культурой. На закате социализма чарующие флюиды западного мира постепенно стали неотъемлемой составляющей повседневной жизни» [1, С. 279]. Таким образом, отставание «застывшего» социалистического стиля от сформировавшихся модных желаний населения («лимитированной буржуазной реальности») способствовали становлению итальянского кинематографа в качестве репрезентатора модного потребления.

Однако мало было увидеть образцы моды в кино. Для воспроизведения модной одежды в рамках социалистической реальности требовалось прибегнуть к ряду действий. Они предоставляли возможность обладать вещью, которой можно было приписать западное происхождение. Среди таких практик, позволявших выйти за пределы официального советского вкуса, выделим создание вещей самостоятельно, переделывание одежды, купленной в магазине, обращение к портным (частным мастерам и иным лицам «второй экономики»). Рассмотрим проявление этих адаптационных стратегий советских людей, сопровождая их примерами того, как модная одежда, транслируемая в итальянском кинематографе, побуждала людей совершать эти действия.

Практики собственного пошива одежды были распространены в советской повседневности на протяжении всего периода истории СССР, поскольку доступ к качественной одежде массового производства был ограничен у значительной части потребителей. Однако именно в годы оттепели с легитимацией моды в советском обществе произошло развертывание государственной поддержки самостоятельного изготовления предметов гардероба. Так, симптоматичным для эпохи стало выделение в книге «Домоводство», целью которой была «помощь женщинам в ведении домашнего хозяйства», главы «Кройка и шитье», превышающей главы о приготовлении пищи, а также разделы о гигиене и воспитании детей [9, С. 134]. Факт введения с 1960 года в средних школах специального урока «Домоводство», предполагавшего обучение девочек навыкам конструирования одежды и шитья, также свидетельствует, что советская власть допустила существование повседневной моды и признала невозможность удовлетворения потребности в модной одежде на уровне государства.

Кроме возможности получить предмет гардероба, соответствующий более быстрой повседневной моде, советские люди благодаря шитью и практикам ремонта могли развивать индивидуальный вкус. Этому способствовал выбор не только материалов для домашнего рукоделия (ассортимент тканей в продаже был шире, чем выбор материалов уже готовых изделий, произведенных крупными предприятиями [1, С. 282]), но и элементов костюма – от гарнитуры до цвета изделий. Возможности индивидуального конструирования платья с незначительной трансформацией моделей, рекомендуемыми официальными советскими каналами распространения моды, поощрялись. В частности, выходили издания по типу «Отделки к платьям», с помощью которых можно было научиться моделировать разные виды воротников, манжетов, карманов, оборок для повседневных и праздничных костюмов. Такие книги давали возможность при изменении модных тенденций самостоятельно трансформировать фасон изделия, обновив его элементы, что экономило средства и время граждан, а власть освобождало от ответственности за неэффективную организацию модной индустрии на макро-уровне.

Состоятельные женщины, которые имели связи, пользовались также услугами частных портних, принадлежавших к миру подпольной модной индустрии. Несмотря на то, что официально обращение к работающим на дому портняхм осуждалось как поддержка индивидуальной трудовой деятельности в сфере быта и рассматривалось как пережиток буржуазного прошлого [9, С. 135], это был способ получить качественную одежду, скроенную по меркам потребителя и с учетом его личных предпочтений. Более того, общение с мастерами, организующим пошив вне государственной сети ателье, можно рассматривать как процесс привилегированного самовыражения, причем не только благодаря уникальным возможном проявления совместного творчества при моделировании одежды, но и из-за относительной свободы от политического надзора и ярко выраженного женского акцента в общении заказчицы и портнихи [9, С. 136]. Таким образом, домашние мастерские по формату отношения между женщинами и реализации

потребностей в коммуникации можно назвать своеобразными неофициальными женскими клубами.

Описывая опыт собственного пошива или обращения к портнихам, Н. Лебина приводит истории респонденток, опрошенных лично ей или другими исследователями советской повседневности. Так, одна из женщин вспоминала, что к окончанию университета портниха с дореволюционным стажем сшила для нее платье, которое по мнению респондентки было «по моде, которую носили тогда Джина Лоллобриджида, Брижит Бардо», т.е. «очень простое и строгое платье ... совершенно без рукавов, с узкой проймой под самое горло, с отрезной расширенной юбкой ... такой узенький поясок, который завязывался спереди ...». Интересно, что акцент женщина делает на том, что платье было черного цвета в белый горошек, а с изнанки белого цвета в черный горошек [9, С. 136]. Этот пример демонстрирует, что сочетание простого кроя платья, малодоступной ткани и интересных элементов отделки (узенький пояс, узкая пройма), придающих платью актуальность, позволяют приписывать его к европейской моде.

Интересно, что в качестве носительницы европейского вкуса называется Джина Лоллобриджида, которая в фильмах, знакомых советскому зрителю, не представляла в актуальных элегантных строгих образах. Напротив, в увиденном советскими зрителями в черно-белом варианте «Хлебе, любви и фантазии» она носит повседневные платья простого покроя (рис. 1), поскольку исполняет роль бедной крестьянки. Кроме того, во фрагментах, связанных с ее работой в качестве артистки, мы видим на актрисе яркий костюм с пышной юбкой и глубоким декольте (рис. 2), соответствующий ее образам цыганок в других известных советскому зрителю картинах «Фанфан-Тюльпан» и «Собор Парижской Богоматери» (рис. 3). Следовательно, одежда в кино у героинь Джини Лоллобриджиды не могла быть примером для подражания. Однако представления об актрисе как о кинозвезде, которые формировались в 1960-е гг., позволяли воспринимать итальянскую артистку в качестве носительницы высокого социального статуса, включенную в систему модного потребления. По этой причине стало возможным платья, считавшиеся привлекательным для конкретной женщины, назвать соответствующими моде Джини Лоллобриджиды. Посещение актрисой Московского международного кинофестиваля в 1961 году и освещение этого события в советской прессе подтверждает гипотезу о том, что актрисе хотелось подражать благодаря ее принадлежности к мифологизированному и недостижимому миру кинозвезд.



Рисунок 1-3. Кадры из фильма «Хлеб, любовь и фантазия», реж. Л. Коменчини, 1953

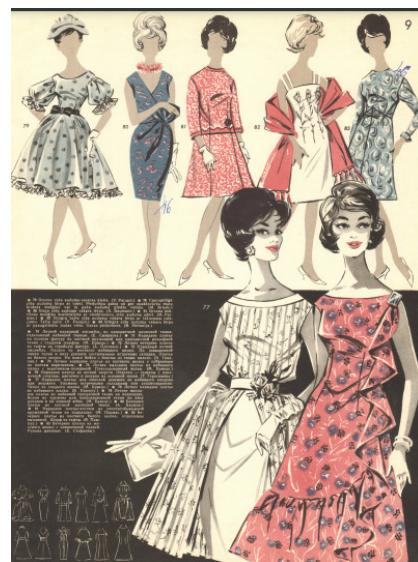


**Рисунок 4. Кадр из фильма «Собор Парижской Богоматери», реж. Ж. Деланнуа, 1956**

Заметим, что несмотря на вышесказанное, яркие образы сначала Джини Лоллобриджиды, а потом и Софи Лорен из фильмов, влияли на желание советских людей носить одежду ярких цветов. В 1960-е гг. исторические мелодрамы, комедии по-итальянски, которые в отличии от неореалистических картин стали выходить на советском экране в цветном варианте, могли показать красоту тканей и узоров. Так, если раньше зрители только предполагали какого цвета были платья героинь, то теперь они точно знали о том, что Филумена в «Браке по-итальянски» носит красное в полоску платье с рукавом в три четверти, синий пиджак, а приобретая статус в обществе может позволить себе костюм в мелкий горошек в сочетании с золотым браслетом и ожерельем из жемчуга (рис. 5). Одежда разных цветов с большим количеством деталей не могла конкурировать с темно-серыми костюмами и простыми черными платьями, позиционировавшимися в качестве примеров проявления советского вкуса [1, С. 239]. Ситуация усугублялась тем, что модные образы героинь итальянского кино соответствовали представительскому (помпезному) варианту советского стиля, транслировавшего в качестве доказательства преимуществ социалистической системы, но недоступному простому советскому человеку. Если сравнить иллюстрации в журнале «Рижские моды» (рис. 6) ориентирующемся на европейские тенденции, то они имели малообщего с реальной повседневной модой в СССР. Однако иллюстрации в них, как и представленная в итальянском кино одежда, могли служить объектом желания.



**Рисунок 5. Кадры из фильма «Брак по-итальянски», реж. В. де Сика, 1964**



**Рисунок 6. Рижские моды. 1963. Весна-лето**

Фильмом, который закрепил представления о яркости гардероба европейских людей и модной одежде как части западного образа жизни, можно считать популярную в СССР итальянскую комедию «Не промахнись, Ассунта!». В ней черные платья жительниц Сицилии, длинная коса героини и ее приверженность традициям кровной мести противопоставлены на визуальном уровне цветным плащам и платьям современным европейским девушкам с короткой стрижкой или начесом «бабетта». Показательна сцена знакомства героини с женщиной, которая ищет горничную. Розовый плащ, перчатки, платок с животным принтом жительницы Великобритании на контрасте с черным платьем главной героини из Сицилии показывают их принадлежность к разным обществам (рис. 7). Постепенно Ассунта тоже приобщается к западному образу жизни. Сначала она только привносит элементы моды конца 1960-х гг. в свой образ: начинает носить плащи длины мини, сочетая их, например, с яркими рубашками и шарфами (рис. 8). Символом ее окончательной адаптации к жизни в Великобритании становится появление в ярко красной рубашке с обилием украшений, в штанах и с новой прической – распущенными локонами, зачесанными как у Брижит Бардо (рис. 9). Таким образом, эта итальянская комедия предоставляла для советского человека возможность ознакомиться с европейской модой, причем как с роскошным, изящным ее вариантом, так и с молодежным стилем. Заметим, что использование в картине сюжетной линии с адаптацией героини, демонстрацией чего служит изменение внешности, к 1960-м гг. являлось в европейском и американском кино одним из приемов, позволявшим сделать привлекательным модные товары для потенциального покупателя. Трансформация Ассунты цепляла зрителей, формируя желание тоже иметь разнообразный гардероб для повседневной жизни и праздничных случаев.



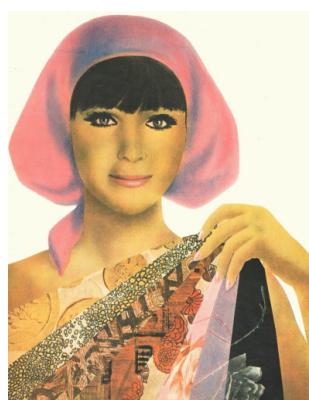
**Рисунки 7-9. Кадры фильма «Не промахнись, Ассунта!», реж. М. Моничелли, 1968**

Одним из способов способом женщин приспособиться к дефициту ткани ярких оттенков было использование дорогой ткани в небольших количествах (покупка ткани в кусках) и фрагментов качественной ткани в виде вставок. Н. Лебина приводит следующую хитрость советской женщины в 1960-е гг.: «Она покупала кусок красивого крепдешина, очень узенький, и та часть, которая была видна, была оформлена как кофточка, под брошечку какую-нибудь, или с бантиком. А то, что было под костюмом, это шилось из папиных старых рубашек» [9, С. 134]. Этот пример иллюстрирует попытку адаптации требований советского вкуса, обусловленных дефицитом, к индивидуальным модным предпочтениям и представлениям о качественной одежде, сформированным в 1960-1970-е гг. благодаря просмотру зарубежных кинокартин.

Привнесение ярких элементов, воспринимаемых как праздничные в рамках советской теории правильного эстетического вкуса, в советскую повседневность происходило также путем копирования отдельных деталей облика актеров. Наличие одного элемента придавало всему образу нарядность, позволяло приписать ему европейскость, что являлось синонимом качественности. В таком свете может быть рассмотрено ношение платка на шее в качестве украшения. Яркий платок мог дополнить серый костюм или плащ, создав акцент в образе. Популярность этому элементу гардероба в жизни модных горожанок, которые отказывались от ношения платка на голове, служили образы из фильмов. Так, Софи Лорен в «Браке по-итальянски» использует платок в качестве аксессуара, повязывая его на сумке или надевая на шею (рис. 10). Интересно, что в советских модных изданиях платки продвигаются именно как практичный головной убор или кашне, защищающее от холода или жаркого солнца, при этом их функция как украшения практически не подчеркивается [8, С. 51]. В качестве практически полезного предмета гардероба (элемента рабочего костюма) они представлены и на иллюстрациях в советской прессе (рис. 11).



**Рисунок 10. Кадры из фильма «Брак по-итальянски», реж. В. де Сика, 1964**



**Рисунок 11. Рижские моды. 1966. Весна-лето**

В результате практик самопошивания, переделывание, починки и иных действий, позволявших избавиться от дискомфорта, связанного с дефицитом модных вещей, одежда в СССР функционировал в состоянии постоянного и непрерывного ремонта, становясь бессрочной и незаменимой [3, С. 71]. Парадоксально, но именно существование практик возвращения предметов к жизни преобразовывало их, делая актуальными, и показывало несоответствие замедленной советской моды и повседневного стиля, который требует ускорения. Заметим, что такая особенность советского потребления объяснялась тем, что люди стремились к демонстративному потреблению как в западном обществе, но жили в условиях плановой экономики, в которой отсутствовали элементы саморегулирования и ориентация на покупателя. Следовательно, советский человек не мог повлиять на то, какие фасоны будут выпущены отечественной промышленностью и будут ли они соответствовать актуальным представлениям о красоте, однако благодаря собственным манипуляциям мог сделать образ, предлагаемый советской культурой, современным. Этим он повышал символическую ценность предмета гардероба и даже изменял первоначально заложенные в него смыслы.

Однако в рассматриваемый период у советских людей появляется еще одна потребность, которая не могла быть удовлетворена обращением к практикам собственного изготовления одежды, практикам ремонта или к услугам частных мастеров. Речь идет о постепенно сформировавшемся желании иметь вещи, изготовленные в условиях фабричного производства [9, С. 143]. Появление данной потребности связано было с нарастающей вестернизацией советского общества и ростом значимости культурного капитала в виде заграничных поездок, западных журналов, музыки и фильмов для советского человека. Эта тенденция в условиях низкого качества отечественного производства и малой доступности зарубежных товаров привела к тому, что любая вещь, изготовленная на Западе, приобретала высокую ценность. Обладание ей становилось символом хорошей жизни.

Легальным способом получения одежды, имеющей зарубежное происхождение, было обращение в комиссионные магазины. В Москве существовала сеть магазинов, в которой торговали не только отечественными подержанными вещами, но и модными изделиями, купленными советскими дипломатами за рубежом или привезенными иностранцами [1, С. 305]. Для жителей столицы и людей приезжающих в Москву из-за редких поставок постоянные посещения комиссионных магазинов для приобретения одежды или хотя бы ради возможности посмотреть на нее становилось частью повседневной жизни.

Готовность людей прибегать к нелегальным способам для получения западных товаров стимулировала деятельность фарцовщиков – людей, добывающих предметы перекупки у иностранцев. Фарцовщики в СССР появились после Всемирного фестиваля молодежи и студентов 1957 года, когда иностранцы продавали москвичам обувь, чулки, брюки и блузки, поступившие затем в систему перепродажи для советских потребителей [9, С. 141]. Новые возможности для фарцовщиков открылись в 1960-е гг., потому что некоторые страны социалистического лагеря расширили права своих граждан для выезда заграницу. Это облегчало жизнь контрабандистам. Установился криминальный путь распространения модных западных вещей в государства соцлагеря: из Югославии, соседствующей с капиталистическими странами, товары поставлялись в Чехословакию, Венгрию, а затем и в СССР [1, С. 310]. Югославы стали массово ездить в Италию, чтобы привести оттуда не только итальянские вещи, но и другие западные продукты – журналы, музыкальные записи и, наконец, одежду: мини-юбки, джинсы, туфли на платформе, балетки и многие другие товары, которые были или совсем недоступны в социалистических странах, или имели аналоги более низкого качества. Так, в исследованиях приводятся данные о 27 миллионах югославских граждан, побывавших за границей в 1974 году в разгар процветания шопинг-туров [1, С. 311], снабжавших фарцовщиков товарами.

Наиболее показателен пример с дешевыми нейлоновыми плащами, которые в Югославию стали нелегально доставляться из Италии в начале 1960-х гг. Это был первый товар, достигший социалистический мир в большом масштабе, и приобретший особую значимость благодаря западному происхождению. Те немногие советские представители

элиты, которые смогли носить этот скромный плащ с итальянского блошиного рынка, воспринимали его как часть образа, придающая ей элегантность [1, С. 310]. В СССР импортные нейлоновые плащи можно было достать только у фарцовщиков [9, С. 143]. Однако одновременно с немногочисленной подпольной поставкой плащей из Италии в Советском Союзе в годы оттепели стали выпускать плащи из синтетической ткани, производство которой было налажено благодаря итальянскому промышленнику, приглашенному Хрущевым в Москву [9, С. 173]. Плащ из ткани, получившей название «болонья», в начале 1960-х гг. был символом богатства его обладателей, однако затем к концу десятилетия массовое производство «болоньи» было налажено и спрос на синтетический плащ стало возможным удовлетворить. В 1970-е гг. этот предмет вошел в гардероб большинства советских граждан и перестал быть «одним из кодов элегантности» [9, С. 174]. Заметим, что популярность как дешевого плаща с итальянского рынка, который носили беднейшие жители этой страны, так и советского аналога пришлась на годы распространения итальянских фильмов. В них герои разного социального статуса носят в повседневной жизни плащи. Конечно, этот предмет гардероба у Алена Делона в «Рокко и его братья» и Марчелло Мастроянни в «Браке по-итальянски» несомненно отличается по качеству и стоимости. Если плащ первого простой, носится с приподнятым воротником (рис. 12), то состоятельность богатого героя Мастроянни также показывается через одежду: его плащ сочетается с кожаными перчатками, шляпой в стиле лондонских аристократов (рис. 13). Однако советские люди перенимали скорее саму манеру носить плащи, поскольку мечтать о подлинном предмете гардероба как у героев итальянского кино они не могли. В таких условиях популярной и востребованной становилась вещь, которой можно было приписать связь с Европой и западным образом жизни. Использование таких предметов гардероба было компромиссом между возможностями социалистической экономики, требованиями советского стиля и нарастающей вестернизацией общества.



Рисунок 12. Кадр из фильма «Рокко и его братья» реж. Л. Висконти, 1960



Рисунок 13. Кадр из фильма «Брак по-итальянски», реж. В. де Сика, 1964

Однако многие объекты, составляющие образы героев итальянского кинематографа, не могли быть легко заменены аналогами или воспроизведены в домашних условиях. Так, символом богатой западной жизни становятся солнцезащитные очки, которые часто появляются у героев Мастроянни. В совершенно разных фильмах – в «Восьми с половиной», «Сладкой жизни», «Браке по-итальянски» – его герои носят прямоугольные или закругленные темные очки, которые ассоциировались с престижем и успехом у советского зрителя. Они становятся предметом модных желаний, способствуя росту товарного фетишизма и интереса к западному образу жизни и потреблению.

**Выводы.** В результате рассмотрения феномена влияния итальянского кинематографа на советскую потребительскую культуру, в том числе модную сферу, мы пришли к следующим выводам.

Итальянское кино оказало значительное влияние на модные потребности советских зрителей. Мы отметили, что мода, демонстрируемая в фильмах, составляла конкуренцию требованиям советского вкуса в одежде, и не могла быть полностью воспроизведена в условиях дефицита. Однако она формировалась желание одеваться ярко и нарядно в повседневной жизни, способствовала появлению адаптационных стратегий советских потребителей. Среди них мы рассмотрели такие широко распространенные в 1960-1970-е гг. практики как самостоятельный пошив одежды, ремонт предметов гардероба и их переделывание в соответствии с более актуальными тенденциями, представленными в образах героев итальянского кино, обращение к портняхам и ателье для создания нарядов по собственным критериям вкуса, внесение в образ акцентных элементов, распространение украшений, которые позволяли придать образу праздничный характер. Симптоматичным стало и приписывание красивой вещи значения принадлежности к моде зарубежных кинозвезд для оправдания их модного статуса.

Мы отметили, что в ответ на ограниченность легальных путей получения нужных потребительских товаров советский человек вступил в систему неформальных деловых связей, куда входили как возможности «второй экономики» (частные ателье, подпольные мастерские, парикмахерские и косметические салоны на дому), так и преследуемая властями деятельность по добыванию товаров, имеющих западное происхождение. В частности, желание обладать одеждой западного происхождения могло подталкивать людей обращаться к нелегальной сети распространения зарубежных товаров в СССР.

Таким образом, коммуникация, выстраиваемая вокруг производства и потребления одежды в попытках приближения к европейским мондным стандартам создавала новые смыслы внутри советской повседневности. Иными словами, в рассматриваемый период появилось особое измерение модного дискурса, которое существовало в особом темпоральном режиме, и вклад итальянского кинематографа в формирование этого феномена огромен.

#### **Список литературы:**

1. Бартлетт, Дж. FashionEast: призрак, бродивший по Восточной Европе / пер. с англ. Е. Кардаш. / Дж. Бартлетт – М.: Новое литературное обозрение, 2011. – 360 с.
2. Виниченко, И.В. Концепция советского вкуса в моде и потребительской культуре периода «оттепели» / И.В. Виниченко, А.Н. Гмырак // Омский научный вестник. Культурология. Искусствоведение. – № 5 (101). – 2011. – С. 237-241
3. Гурова, О.Ю. Время и мода: продолжительность жизни вещей в советском и постсоветском обществе / О.Ю. Гурова // Шаги / Steps. – 2018. – Т. 4, № 3-4. – С. 68-96
4. Дацкова, Т. «Стриптиз нам не нужен, но и чересчур закрываться тоже не следует» Трансформация института моды сквозь призму советского кино 1950-1960-х гг. / Т. Дацкова // Новое литературное обозрение. – 2016. – № 1. – URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2016/1/striptiz-nam-ne-nuzhen-no-i-chereschur-zakryvatsya-tozhe-ne-sleduet.html> (дата обращения: 06.05.2025)
5. Зайцева, Д.С. Феномен советской моды: столкновение социалистической идеологии и модных желаний потребителей / Д.С. Зайцева // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2023. – Т. 9, № 3. – С. 103-119
6. Кидакоева, Н.З. Роль экраных СМИ и кино в распространении моды в регионе в 1960-1980 гг. (на материале Республики Адыгея и Краснодарского края) / Н.З. Кидакоева, А.М. Сиюхова // Культура и искусство. – 2017. – № 10. – С. 49-58. – URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=24469](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=24469) (дата обращения: 06.02. 2025)

7. Кулиничева, Е.А. «Всеобуч вкуса»: Теория советской моды и эстетическое образование потребителя в позднем СССР (1960-1980-е гг.) / Е.А. Кулиничева // Новое прошлое / The New Past. – 2021. – № 4. – С. 70-90
8. Комбинат «Дайле» // Рижские моды. – 1966. – С. 51.
9. Лебина, Н. Мужчина и женщина: тело, мода, культура. СССР – оттепель / Н. Лебина. 3-е изд. – М.: Новое литературное обозрение, 2018. – 208 с.

**УДК 364-3/-78**

## **ОБЗОР ВЫСТАВОК ЖИВОПИСИ И ГРАФИКИ В КРЫМУ (ОСЕНЬ 2024)**

**Захарова Анна Вадимовна,**

кандидат культурологии, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Мубаракшина Анелия Ильдаровна,**

студентка 3 курса специальности «Культурология»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** В статье представлен обзор выставок живописи и графики, которые прошли в Республике Крым в осеннем сезоне 2024 года. Также дана краткая характеристика проанализированных выставок с указанием дат, мест проведения и тем каждой из них. В работе выполнена классификация крымских выставок указанного периода исходя из мирового опыта по пяти основным признакам, на основании разделения и систематизации осуществлен анализ их специфики. Автор выявляет тенденции как прошедших, так и текущих выставок живописи и графики в Республике Крым за осень 2024 года на основе предложенной классификации.

**Ключевые слова:** выставка живописи и графики, Республика Крым, классификация выставок.

**Annotation.** The article provides an overview of the exhibitions of paintings and graphics that took place in the Republic of Crimea in the autumn season of 2024. A brief description of the analyzed exhibitions is also given, indicating the dates, venues and topics of each of them. The paper classifies the Crimean exhibitions of the specified period based on world experience according to five main criteria, and analyzes their specifics based on division and systematization. The author identifies the trends of both past and current exhibitions of paintings and graphics in the Republic of Crimea for the fall of 2024 based on the proposed classification.

**Key words:** exhibition of paintings and graphics, Republic of Crimea, classification of exhibitions.

**Постановка проблемы.** Выставка с момента ее возникновения играет важную роль в мире, поскольку представляет собой демонстрацию достижений человечества в разных областях общественной жизни: науке, технике, культуре, искусстве и в др., с целью обмена идеями, получения прибыли, продвижения продукции и т.д. По тематической принадлежности выделяют разные виды выставок, среди которых немаловажную роль составляют художественные, где экспонатами выступают произведения искусства. Во многих республиках страны проводятся художественные выставки и Крым не является исключением. Республика обладает богатой историей и культурным наследием, многогранная природа Крыма, ее ландшафты с давних времен отражались на полотнах художников, служили источником вдохновения. Однако в наших реалиях важным становится не только фиксирование, но и продвижение продукции,

обмен идеями на региональном, международном уровнях, что позволяет популяризировать место и его красоты, расширить рыночные границы, установить новые партнерские отношения, привлечь финансирование и многое другое. Проведение классификации и анализа выставок позволило проследить тенденции выставочного пространства в Крыму периода осеннего сезона 2024 года, что представило возможность дать текущую оценку положения ситуации выставочного дела в Республике Крым.

**Изложение основного материала.** Выставка, по определению Международного бюро выставок, – это «показ, основная цель которого, независимо от его наименования, состоит в просвещении публики путем демонстрации средств, которыми располагает человечество для удовлетворения своих потребностей, а также прогресса, достигнутого им в одной или нескольких областях своей деятельности, или будущих перспектив» [21]. Художественные выставки, по определению энциклопедического словаря Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрана, – «публичные выставки произведений изящных и графических искусств, в особенности произведений скульптуры и живописи, рисунков, акварелей, гравюр на меди, стали и дереве и т.п. Художественные выставки устраиваются периодически академиями художеств, рисовальными школами, обществами художников» [1, С. 311], могут быть устроены по инициативе министерств культуры страны или республики, согласно инициативам некоммерческих организаций или личных устремлений художников или граждан.

Рассмотрим выставки живописи и графики за осенний период 2024 г. в Республике Крым и представим общую информацию о выставках. В Симферополе за этот период прошло 12 выставок:

1. В Симферопольском художественном музее прошла выставка к Году семьи в период с 29 августа по 15 сентября. В экспозиции были представлены 24 произведения живописи, графики и скульптуры известных художников конца XIX в.: И. Патруя, В.Е. Маковского, Г. Германна, Л.С. Бакста, И.Э. Грабаря и наших современников: Ф.Н. Таралевича, С.Н. Репина, Н.Я. Дудченко и др [16].

2. Выставка «Праздник, который всегда с тобой», к 140-летию со дня рождения А.И. Полканова прошла в Симферопольском художественном музее в период с 29 августа – 15 сентября. На выставке было представлено около тридцати живописных и графических произведений первой половины XX века: Н.С. Самокиша, К.Ф. Богаевского, В.К. Яновского, М.А. Волошина, М.М. Казаса и др [14].

3. В Симферопольском художественном музее прошла выставка «Крымские метаморфозы Валерия Голынского» в период с 19 сентября по 01 октября. На выставке планировалось представить более 30 живописных работ, эскизов и набросков мастера из семейного собрания и коллекции музея [17].

4. Выставка «Творчество – это судьба художника Якова Басова» прошла в период с 04 октября до 20 октября в Симферопольском художественном музее. Зрителям были представлены 26 редких живописных и графических произведений разных лет из семейной коллекции и фондов музея к 110-летию крымского художника и акварелиста [22].

5. В Симферопольском художественном музее прошла выставка «Бархатный сезон» в период с 04 до 20 октября. Камерная экспозиция была посвящена осеннему курортному сезону в Крыму и включала 26 произведений из фондов музея, среди которых были работы Н.С. Барсамова, В.Н. Филатова, О.П. Федотова и др [18].

6. Выставка «Они защищают Родину. Портреты участников СВО» открылась 23 октября и продлилась до 24 ноября в Музее истории города Симферополя. Авторы работ: Алиева Ольга и Ахтямова Дарья решили внести свой вклад в поддержку СВО, создав серию портретов воинов специальной операции. Общее число портретов достигло 15 [12].

7. Открытие выставки «Жизнь в искусстве: к 90-летию Ивана Копаенко» крымского художника-акварелиста прошло 24 октября в Симферопольском художественном музее и пролилось до 10 ноября. В экспозиции планировали разместить более 30 полотен художника [19].

8. Открытие выставки «Таврида сокровенная» прошло 25 октября и продлилось до 13 ноября в Розовом зале Дворца графа М.С. Воронцова. На выставке было представлено более 40 картин, созданных на пленэре. В экспозицию вошли натурные

работы с видами уникальных объектов русского зодчества и парковых ландшафтов. Среди авторов работ – Т.Т. Дыманова-Голынская, М.В. Жаров, Е.А. Молчанова-Дудченко, В.Г. Шевчук и др [3].

9. Вторая выставка «Таврида сокровенная» открылась 29 октября в Замке на Салгире (имение Кесслеров) и продлилась до 13 ноября 2024 г. На выставке было представлено 30 картин, написанных на пленэре. Среди авторов работ – Т.Т. Дыманова-Голынская, М.В. Жаров, Е.А. Молчанова-Дудченко, В.Г. Шевчук и др [4].

10. Выставки «Легенды Древней Греции» прошла в Симферопольском художественном музее. Экспозиция представляет 30 произведений живописи, графики и декоративно-прикладного искусства от начала XVII века до наших дней из фондов музея, посвященная мифологическим сюжетам. Выставка пройдет с 14 ноября – 04 декабря, будут представлены работы западноевропейских художников: Х. де Клерка, Г. де Лересса, И.К. Лота и др., а также произведения отечественных мастеров: Г.И. Скородумова, Н.И. Уткина, М.М. Казаса и др [20].

11. Выставки «Все дороги ведут в Рим» пройдет с 14 ноября в Симферопольском художественном музее и продлится до 04 декабря. В экспозиции представлено 23 произведения мастеров итальянской, голландской, фламандской и немецкой школ XVII-XVIII вв. Среди авторов работ – Г. Рени, А. Блумарта, Т. Верхахта, М. Риччи, а также русские художники И.К. Айвазовский и А.Д. Кившенко [15].

12. Третья выставка «Таврида сокровенная» открылась 15 ноября в Визит-центре комплекса «Пещера Таврида» и продлится до 28 ноября. На выставке представлено 100 картин крымских художников, среди которых руководитель проекта Е.А. Молчанова-Дудченко, Т.Т. Дыманова-Голынская, В.Г. Шевчук и др [5].

В Феодосии же прошло 2 выставки живописи и графики за осень 2024 г.:

1. Выставка пленэрной живописи «Хакасия. Далекий аул» прошла с 19 по 30 ноября в отделении детского творчества «Родничок». Участникам проекта, в сотрудничестве с этнографическим музеем «Казановка» (Аскизский район), удалось воссоздать уникальную атмосферу хакасского аула XIX века [10].

2. Выставка «Память освящает детство и тревожит до сих пор» прошла с 3 сентября по 30 октября в картинной галерее им. И. К. Айвазовского, на которой были представлены живописные и графические работы крымского художника С. А. Матюшкина, созданные в 2018-2023 гг. [6].

В Ялте проходит выставка живописных произведений Ленура Велиляева «Лики Крыма» в музее дважды Героя Советского Союза Амет-Хана Султана с 7 октября по 31 декабря. В экспозиции представлены 14 живописных полотен, в которых отражена любовь к родной земле [7].

В Керчи проходят две выставки живописи и графики:

1. «Под небом Бизерты» в картинной галерее Восточно-Крымского историко-культурного музея-заповедника с 1 октября по 8 декабря. Экспозиция посвящена 100-летию расформирования Русской эскадры. Около пятидесяти живописных произведений будут включены в состав экспозиции [8].

2. Выставка картин В.М. Нестеренко «Палитра знакомств» представлена во Дворце культуры «Корабел». Выставка пройдет с 12 октября по 1 декабря. Тематика выставки – природа, люди города-героя Керчи [9].

В Алуште проходит выставка «Крымский пейзаж» в Музее-усадьбе академика архитектуры А.Н. Бекетова, которая продлится с 10 октября до 19 декабря. В экспозиции представлены 19 живописных полотен художников советского периода: А.В. Куприна, П.К. Столяренко, В.П. Цветковой и др. Развитие пейзажного жанра в современном искусстве представляют работы Л.В. Поляковой, В.Г. Шевчук и др [13].

В Евпатории прошла выставка «Две души, один Крым» в АНО «Дом молодежи» с 18 ноября по 12 декабря. Авторы работ: А.К. Данильченко и А.П. Бойко раскрыли красоты и многогранность образа Крыма. На выставке было представлено более 60 работ [11].

Таким образом, за осенний период 2024 г. в Крыму прошло 19 выставок живописи и графики. В Симферополе состоялось 12, среди них: приуроченная к Году семьи, «Праздник, который всегда с тобой», «Крымские метаморфозы Валерия Голынского», «Творчество – это судьба художника Якова Басова», «Бархатный сезон», «Жизнь в

искусстве: к 90-летию Ивана Копаенко», «Легенды Древней Греции», «Все дороги ведут в Рим», «Они защищают Родину. Портреты участников СВО», «Таврида сокровенная» (Дворец графа М.С. Воронцова), «Таврида сокровенная» (Замок на Салгире), выставка «Таврида сокровенная» (Визит-центр комплекса «Пещера Таврида»). В Феодосии прошло 2 выставки: «Хакасия. Далекий аул» и «Память освящает детство и тревожит до сих пор». В Ялте состоялась 1 выставка: «Лики Крыма». В Керчи также прошло 2 выставки: «Под небом Бизерты» и «Палитра знакомств». В Алуште состоялась 1 выставка: «Крымский пейзаж» и в Евпатории также состоялась 1 – «Две души, один Крым».

Исследователь и организатор выставочных мероприятий Э.Б. Гусев классифицирует выставочные/ярмарочные мероприятия по пяти основным признакам:

- географическому составу экспонентов: всемирные, международные, национальные, межрегиональные, местные;
- времени функционирования: постоянно действующие (0,5 г., 1 г.), временные (от 0,5 до 5 мес.), краткосрочные (от 2-5 дней до 0,5 мес.);
- тематическому (отраслевому) принципу: универсальные, специализированные;
- значимости мероприятия для экономики города/региона/страны: федерального, межрегионального, местного значения;
- территориальному расположению: проводимые на территории своей страны или в других странах» [2, С. 15].

Мы применили данную классификацию к выставкам за осенний период в Крыму 2024 г. (Таблица 1).

*Таблица 1*

Название выставки	Город, место проведения	Тема	По географическому составу экспонентов	По времени функционирования	По тематическому (отраслевому) принципу	По значимости мероприятия для экономики	По территорциальному расположению
К Году семьи	Симферополь, ГБУРК «Симферопольский художественный музей»	Семья в искусстве	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Праздник, который всегда с тобой	Симферополь, ГБУРК «Симферопольский художественный музей»	Освещение событий жизни А. И. Полканова	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Крымские метаморфозы Валерия Голынского	Симферополь, ГБУРК «Симферопольский художественный музей»	Посвящена памяти крымского художника В. Голынского	Местные	Краткосрочная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Творчество – это судьба художника Якова Басова	Симферополь, ГБУРК «Симферопольский художественный музей»	Посвящена памяти крымского художника Я. Басова	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Бархатный сезон	Симферополь, ГБУРК «Симферопольский художественный музей»	Осенний курортный сезон в Крыму	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Они защищают Родину. Портреты участников СВО	Симферополь, Музей истории города Симферополя	Герои специальновойной операции	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Жизнь в искусстве: к 90-летию Ивана Копаенко	Симферополь, ГБУРК «Симферопольский художественный музей»	Посвящена крымскому художнику И. Копаенко	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Таврида сокровенная	Симферополь, Дворец графа М. С. Воронцова	Природное и культурное наследие Крыма	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны

Таврида сокровенная	Симферополь, в Замке на Салгире (имении Кесслеров)	Природное и культурное наследие Крыма	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Легенды Древней Греции	Симферополь, ГБУРК «Симферопольский художественный музей»	Мифологические сюжеты в западноевропейском и отечественном искусстве	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Все дороги ведут в Рим	Симферополь в ГБУРК «Симферопольским художественным музее»	Исторические и библейские сюжеты	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Таврида сокровенная	Белогорский район, Визит-центр комплекса «Пещера Таврида»	Природное и культурное наследие Крыма	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Хакасия. Далёкий аул	Феодосия, Отделение детского творчества «Родничок»	Природное и ландшафтное многообразие Республики Хакасия	Межрегиональные	Краткосрочная	Специализированные	Межрегионального значения	На территории своей страны
Память освещает детство и тревожит до сих пор	Феодосия, Картиная галерея им. И. К. Айвазовского	Посвящена памяти крымского художника С. А. Матюшкина	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Лики Крыма	Ялта, Музей дважды Героя Советского Союза Амет-Хана Султана	Красота природы и уголков родного края	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Под небом Бизерты	Керчь, Картиная галерея Восточно-Крымского историко-культурного музея-заповедника	Посвящена 100-летию расформирования Русской эскадры	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Палитра знакомств .	Керчь, МБУК КДК «Корабел».	Природа, люди города-героя Керчи	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Крымский пейзаж	Алушта, Музей-усадьба А. Н. Бекетова	Природа и многовековая культура Крымского полуострова	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны
Две души, один Крым	Евпатория, АНО «Дом молодежи»	красоты и многогранность образа Крыма	Местные	Временная	Специализированные	Местного значения	На территории своей страны

Проанализировав общие сведения о выставках, мы можем наблюдать следующие тенденции:

1. Большинство выставок за осень 2024 было организовано в г. Симферополе.
2. Многие произведения раскрывали темы красоты Крымского полуострова – 8, другие – 6 затрагивали жизнь и историю великих людей. Остальные – 5 освещали семейные ценности, природное и ландшафтное многообразие Республики Хакасия, расформирование Русской эскадры, мифологические сюжеты, а также исторические и библейские темы.
3. По месту проведения преобладают музеи – 12; остальные – 7 в иных местах.
4. По географическому составу экспонентов преобладают местные – 18, межрегиональные – 1.
5. По времени функционирования преобладают временные выставки – 17, краткосрочных – всего 2.
6. По тематическому (отраслевому) принципу все выставки являются специализированными.
7. По значимости мероприятия для экономики города/региона/страны преобладают выставки местного значения – 18, межрегионального – 1.

8. По территориальному расположению все выставки проводились на территории своей страны.

**Выводы.** За осень 2024 г. в таких городах Республики Крым, как Симферополь, Феодосия, Ялта, Керчь, Алушта, Евпатория, было проведено в общем количестве 19 выставок, посвященных разным темам, таких как семейные ценности, жизнь выдающихся людей, красоты Крымского полуострова, мифологические, исторические и библейские сюжеты, а также природное и ландшафтное многообразие Республики Хакасия. Большинство выставок проходило в музеях, в частности, в Симферопольском художественном музее, но некоторые выделялись среди остальных – они проводились в пещерах, замках, дворцах и картинных галереях Крыма.

Таким образом, мы видим, что за период осени 2024 г. в Республике Крым не проходили выставки всемирного, национального и международного уровней; не организовывались универсальные выставки, выставки федерального значения и не проводились выставки в других странах. Примечательно, что проведено больше местных по составу экспонентов, специализированных, временных выставок местного значения, проводимых внутри страны.

#### **Список литературы:**

1. Брокгауз, Ф.А. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефона: Том XXXVIIА (74). Ходский – Цензура / Ф.А. Брокгауз, И.А. Ефрон. – Санкт-Петербург: Издво Семеновская Типолитография (И. А. Ефона), 1903. – 520 с.
2. Гусев, Э.Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом / Э.Б. Гусев, В.А. Прокудин, А.Г. Салащенко. – Москва: Дашков и К°, 2004. – 513 с.
3. Институт филологии КФУ им. В.И. Вернадского: сайт. – 2024. – URL: <https://iif.cfuv.ru/vystavka-tavrida-sokrovennaya-v-ramkah-odnoimennogo-proekta-kro-vtoosojuz-hudozhnikov-rossii-25-oktyabrya-13-noyabrya-2024-g-dvorec-grafa-m-s-voroncova-gsimferopol-pr-vernadskogo-2/> (дата обращения: 26.10.2024)
4. Институт филологии КФУ им. В.И. Вернадского: сайт. – 2024. – URL: <https://iif.cfuv.ru/выставка-таврида-сокровенная-в-рам/> (дата обращения: 30.10.2024)
5. Институт филологии КФУ им. В.И. Вернадского: сайт. – 2024. – URL: <https://iif.cfuv.ru/выставка-таврида-сокровенная-в-рам-2/> (дата обращения: 15.11.2024)
6. Крымская правда: сайт. – 2024. – URL: <https://c-pravda.ru/news/2024-10-30/pamyat-osvyashhaet-detstvo-i-trevozhit-do-sikh-por?ysclid=m53kzyzwje538617026> (дата обращения: 30.10.2024)
7. Культура.РФ: сайт. – 2024. – URL: <https://www.culture.ru/events/4997512/vystavka-likikryma?ysclid=m3lj8kngow905029282> (дата обращения: 18.10.2024)
8. Культура.РФ: сайт. – 2024. – URL: <https://www.culture.ru/events/4948832/vystavka-pod-nebom-bizerty?ysclid=m53i2gsrl9185556206> (дата обращения: 18.10.2024)
9. Культура.РФ: сайт. – 2024. – URL: <https://www.culture.ru/events/4995979/palitra-znakomstv?location=respublika-krym&ysclid=m53i46e4qp9753468> (дата обращения: 18.10.2024)
10. Культура.РФ: сайт. – 2024. – URL: <https://www.culture.ru/events/5053066/personalnaya-vystavka-plenernoi-zhivopisi-khakasiya-dalyokii-aul?ysclid=m3li322ljqg277699111> (дата обращения: 18.10.2024)
11. Московский Комсомолец: сайт. – 2024. – URL: <https://crimea.mk.ru/culture/2024/11/23/cherez-iskusstvo-k-edinstvu-v-evpatorii-otkrylas-vystavka-dve-dushi-odin-krym.html?ysclid=m53i6eqqvm62052329> (дата обращения: 23.11.2024)
12. Правительство Республики Крым: сайт. – 2024. – URL: <https://simf.rk.gov.ru/articles/54104a1e-0a15-406a-98d7-f05bab7007d1?ysclid=m3ldvabahy792741819> (дата обращения: 24.10.2024)
13. Симферопольский художественный музей: сайт. – 2024. – URL: <https://simhm.ru/news/3378-v-alushte-otkrylas-vystavka-iz-fondov-simferopskogo-hudozhestvennogo-muzeya-krymskiy-peyzazh.html> (дата обращения: 18.10.2024)

14. Симферопольский художественный музей: сайт. – 2024. – URL: <https://simhm.ru/news/posters/3334-anons-vystavka-prazdnik-kotoryy-vsegda-s-toboy.html> (дата обращения: 18.10.2024)
15. Симферопольский художественный музей: сайт. – 2024. – URL: <https://simhm.ru/news/posters/3405-anons-vystavka-vse-dorogi-vedut-v-rim.html> (дата обращения: 7.11.2024)
16. Симферопольский художественный музей: сайт. – 2024. – URL: <https://simhm.ru/news/posters/3335-anons-vystavka-k-godu-semi.html> (дата обращения: 18.10.2024)
17. Симферопольский художественный музей: сайт. – 2024. – URL: <https://simhm.ru/news/posters/3347-anons-vystavka-krymskie-metamorfozy-valeriya-golynskogo.html> (дата обращения: 18.10.2024)
18. Симферопольский художественный музей: сайт. – 2024. – URL: <https://simhm.ru/news/posters/3354-anons-vystavka-barhatnyy-sezon.html> (дата обращения: 18.10.2024)
19. Симферопольский художественный музей: сайт. – 2024. – URL: <https://simhm.ru/news/posters/3380-anons-vystavka-zhizn-v-iskusstve-k-90-letiyu-i-kopaenko.html> (дата обращения: 23.10.2024)
20. Симферопольский художественный музей: сайт. – 2024. – URL: <https://simhm.ru/news/posters/3406-anons-vystavka-legendy-drevney-grecii.html> (дата обращения: 7.11.2024)
21. Е-ДОСЬЕ – Электронный эколог: сайт. – URL: [https://e-ecolog.ru/docs/ubYl74cg1m2pO6\\_dS\\_4Ov?ysclid=m5xyxfcgg4356343066](https://e-ecolog.ru/docs/ubYl74cg1m2pO6_dS_4Ov?ysclid=m5xyxfcgg4356343066) (дата обращения: 18.10.2024)
22. Visit Simferopol: сайт. – 2024. URL: <https://visitsimferopol.ru/know/events/priglashaem-na-vystavku-k-110-letiyu-yakova-basova/> (дата обращения: 18.10.2024)

УДК 364-3/-78

## **СЮЖЕТЫ СОВЕТСКОГО МОНУМЕНТАЛЬНО-ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА МОЗАИКИ**

**Захарова Анна Вадимовна,**  
кандидат культурологии, доцент  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);  
**Федотова Елизавета Дмитриевна,**  
студентка 3 курса специальности «Культурология»  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** В статье рассмотрены понятие и художественная особенность советского монументально-декоративного искусства мозаики, ее ключевые сюжеты, а также влияние на образ жизни советского человека и отражение социальной реальности страны. В статье анализируются связь основных сюжетов советской мозаики с идеологическими установками советского общества. Автором доказывается, что советская мозаика выступала в первую очередь инструментом пропаганды, а не объектом искусства. Мозаики исследуются как произведения искусства, объекты культурного наследия, метод пропаганды, социально-культурный контекст и источник исторической информации.

**Ключевые слова:** монументально-декоративное искусство, мозаика, СССР, сюжеты мозаичных панно.

**Annotation.** The article examines the concept and artistic feature of the Soviet monumental and decorative mosaic art, its key subjects, as well as the impact on the lifestyle of a Soviet person and the reflection of the social reality of the country. The article analyzes the connection of the main subjects of the Soviet mosaic with the ideological attitudes of Soviet society. The author proves that the Soviet mosaic was primarily a propaganda tool, not an object of art. Mosaics are studied as works of art, objects of cultural heritage, a method of propaganda, a socio-cultural context and a source of historical information.

**Key words:** monumental and decorative art, mosaics, USSR, subjects of mosaic panels.

**Постановка проблемы.** Монументально-декоративное искусство мозаики играло значительную роль в формировании визуального облика советских городов, а также в трансляции идеологических посланий руководителей государства. Масштабное использование мозаики в оформлении общественных пространств – от станций метро до административных зданий – свидетельствует о ее важной роли. После распада СССР начинается процесс переосмысливания советской истории и культуры. Мозаика как значительный элемент советской городской среды становится объектом внимания исследователей, стремящихся проанализировать идеологическое содержание и художественные особенности этого вида монументально-декоративного искусства. Изучение и систематизация ключевых сюжетов советской мозаики позволяет проследить, как искусство раскрывало культурные ценности, образ советского человека, достижения и идеологические послания.

**Изложение основного материала.** Монументально-декоративное искусство – термин, употребляемый 1) в качестве синонима монументального искусства; 2) для обозначения того направления монументального искусства, в котором преобладает декоративное начало. Мозаика – изображение или узор, выполненный из однородных или различных по материалу частиц (камень, смальта, керамическая плитка и пр.), один из основных видов монументально-декоративного искусства [1]. Монументально-декоративное искусство советского периода, будучи неотъемлемой частью идеологической и социальной структуры государства, представлено, в частности, мозаикой. Этот вид искусства выделяется не только долговечностью использованных технологий и материалов, но и масштабностью воздействия на формирование образа советского человека и государства в целом. В рамках данного исследования предпринята попытка выявления характерных сюжетных мотивов советской мозаики, анализа их идеологической обусловленности и специфики художественного воплощения. Мозаичные панно рассматриваются как репрезентативные артефакты советской эпохи, отражающие взаимопроникновение искусства и повседневной жизни. Художественное своеобразие мозаик определяется доминирующим течением соалистического реализма, оказавшим определяющее влияние на творчество советских мастеров. К принципам соалистического реализма исследователи относят идейность [2, С. 23-40], понятность и доступность [3, С. 167-168], народность и партийность [6, С. 6-8], отображение действительности [4, С. 181].

После революции 1917 года, в эпоху формирования советского государства, на первый план вышла задача идеологического воспитания граждан, в этих целях была развернута масштабная кампания по созданию монументальных памятников, барельефов и мемориалов, посвященных революционным деятелям и важнейшим событиям. Эти объекты не только символизировали торжество новой культуры, но и служили инструментом массовой политической пропаганды, а вся программа получила название монументальной пропаганды [9]. Все указанные черты способствовали расцвету монументального искусства. Масштабы работы над проектами монументальной пропаганды никогда не были четко ограничены. В Большой советской энциклопедии указано, что «в широком смысле вся история советского монументального искусства представляет собой продолжение ленинского плана монументальной пропаганды» [1]. В первые годы советской власти приоритет отдавался возведению монументов, в то время как мозаика и другие техники монументальной живописи оставались в тени. Переломным моментом стало создание потомственным мозаичистом Владимиром Фроловым в 1925

году мозаичных гербов РСФСР и УССР на фасаде Киевского вокзала в Москве, именно эти работы ознаменовали отход от прежней ассоциации мозаики исключительно с храмовым искусством и способствовали ее популяризации среди советских художников, что привело к ее активному использованию в оформлении значимых объектов социальной и культурной инфраструктуры. [7, С. 6].

После ознакомления с темой советской мозаики в ходе исследования выделен ряд художественных особенностей. Например, советской мозаике присуща масштабность, яркие цвета, идеологические послания; как правило, мозаика отличалась большими размерами и была предназначена для украшения значительных по площади поверхностей: фасадов зданий, стен метро, дворцов культуры, образовательных учреждений и т.д. Также можно заметить, как художники вкладывали в свою работу реалистичность и обращали внимание на детализацию и понятность, чтобы сюжеты становились доступными для понимания широкому кругу населения. Почти во всех работах можно проследить использование символики, художники использовали символы советского власти: пятиконечная звезда, голуби, серп и молот, портреты лидеров, колоски и т.д. Из таких описаний можно сделать вывод о том, что советская мозаика имела идеологическую направленность, выступала инструментом пропаганды. Изображения воспевали труд, героизм, спорт, победу в Великой Отечественной войне, достижения науки и техники, идеалы социалистического общества.

Если говорить о классификации сюжетов советской мозаики, то мнений исследователей расходятся: А. Ярмошик в своей работе «История СССР сквозь призму мозаики» и А. Котов в работе «Монументальное искусство СССР» выделяют 8 сюжетов мозаичного панно. Нам кажется, что можно выделить шесть ключевых сюжетов в искусстве мозаики советского периода:

1. Один из основных сюжетов советской мозаики рассказывал о вождях революции, Великой Отечественной Войне и подвиге советского народа. Символы советской идеологии, такие как знамена, портреты вождей, звезды, молот и серп, укрепляли веру общества в идеи социализма и коммунизма.

2. В фокусе следующего сюжета – труд, коллективизация сельского хозяйства и развитие промышленности. Они показывают, что труд способствует прогрессу и благополучию, объединяя общество вокруг этой идеи.

3. Лидерство СССР в космосе вдохновило советских художников и архитекторов, что отразилось в их произведениях. Космическая тематика стала популярной в искусстве с начала 1920-х годов и продолжала привлекать внимание с развитием ракетостроения [7, С. 11]. Тема космоса в произведениях символизировала научно-технический прогресс СССР и превосходство советской науки и техники над западным миром.

4. Как и все прочие общественные места, детские сады, школы, дворцы культуры, пионерлагеря зачастую украшались творчеством художников-монументалистов. Главными героями подобных произведений чаще всего выступали именно дети, которые на своем примере демонстрировали подрастающему поколению идеалы советского общества. Отображалось стремление к знаниям. Зачастую дети изображались в роли представителей взрослых профессий, таких как инженеров, ученых, космонавтов.

5. «Физкультуре и спорту в советское время уделялось огромное внимание, а пропаганда спорта охватывала все сферы жизни. Воспитание спортивной нации стало одним из политических курсов страны» [5, С. 112]. Из приведенной цитаты можно сделать вывод, что спорт в советской мозаике представлял собой не просто изображение физических упражнений, а мощный инструмент пропаганды, отражающий ценности советского общества.

6. Также необходимо выделить сюжет «нового общества». Под этим названием мы имеем в виду совокупность сюжетов, символов и образов, отражающих идеалы советского строя и направления его развития. В мозаиках сюжет выражался через образ трудящихся как творцов нового общества, образы мира и дружбы народов. Изображения счастливых семей подчеркивали важность семьи и детей в новом обществе.

В постсоветское время многие советские мозаики постепенно разрушаются или же от них осознанно избавляются. Одной из причин пренебрежения или демонтажа может выступать как раз пропагандистский характер, несущий советскую идеологию, что делает мозаичные панно неактуальными для современного общества. Но также стоит

отметить, что на сегодняшний день заметно привлечение внимания исследователей и любителей искусства к данной тематике. Современное восприятие мозаичных произведений многогранно и часто связано с переосмысливанием исторического наследия и идеологии советского периода. «... как всякое качество, “среда” может быть лучше или хуже, но так, чтобы ее “не было” – не бывает. А потому, называя вещи своими именами, следует сказать, что среда, которая складывается сегодня в наших городах, зачастую бывает недвусмысленно уныла, холодна и непривлекательна. Люди часто не ощущают ее “своей средой”; ничто их не останавливает, не вызывает эмоций, не втягивает внутрь...» [8, С. 7]. Помимо того, что советские мозаики могут нести культурную и художественную ценность, они также способны вызывать ностальгию и быть символом прошедшей эпохи. С помощью советского монументально-декоративного наследия, в случае его реставрации и особого внимания, мы можем преобразовать и делать ярче и привлекательней нашу городскую среду.

**Выводы.** В ходе исследования были выделены 6 сюжетов мозаичного панно СССР, посвященные:

- 1) вождям, Октябрьской революции, Великой Отечественной Войне и пр.;
- 2) труду, коллективизации сельского хозяйства, развитию промышленности;
- 3) теме космоса;
- 4) детям;
- 5) спорту;
- 6) теме построения «нового общества».

Рассмотрев и проанализировав основные сюжеты советской монументально-декоративной мозаики, можно сделать вывод о том, что мозаика, как и другие виды монументального искусства в СССР, не была просто декоративным элементом архитектуры, а служила мощным инструментом визуальной пропаганды. Стоит отметить, что выбор основных сюжетов для изображений на мозаичном панно не случаен и отражает приоритеты советской идеологии.

**Список литературы:**

1. Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А.М. Прохоров. – 3-е изд. – Москва: Советская энциклопедия, 1969-1978. – URL: <https://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/130/index.htm> (дата обращения: 15.10.2024)
2. Булавка, Л.А. Социалистический реализм: превратности метода. Философский дискурс / Л.А. Булавка. – Москва: Культурная революция, 2007. – 272 с.
3. Голомшток, И.Н. Тоталитарное искусство / И.Н. Голомшток. – Москва: Галарт, 1994. – 296 с.
4. Дубровина, Н.В. Социалистический реализм: метод или стиль / Н.В. Дубровина // Социалистический реализм: метод или стиль. CyberLeninka [сайт], 2011. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialisticheskiy-realizm-metod-ili-stil> (дата обращения: 12.10.2024)
5. Истягина-Елисеева, Е.А. Организация пропаганды физической культуры и спорта в СССР / Е.А. Истягина-Елисеева. – Москва: СПБГУ, 2017. – 124 с.
6. Калошин, Ф.И. Коммунистическая идеиность и народность советского искусства / Ф.И. Калошин. – Москва: Академия художеств СССР, 1963. – 40 с.
7. Котов, А. Монументальное искусство СССР / А. Котов. – Москва: ACT, 2022. – 208 с.
8. Пронина, И. Советское монументальное искусство. Сборник статей / И. Пронина. – Москва: Советский художник, 1976. – 220 с. – URL: <https://www.booksite.ru/fulltext/sovmonisk/text.pdf> (дата обращения: 11.10.2024)
9. Шмаков, А.А. Монументальная пропаганда как форма идеологического воздействия. Начало реализации в первой половине XX века / А.А. Шмаков // CyberLeninka [сайт], 2023. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/monumentalnaya-propaganda-kak-forma-ideologicheskogo-vozdeystviya-nachalo-realizatsii-v-pervoy-polovine-xx-veka> (дата обращения: 12.10.2024)
10. Ярмошик, А. История СССР сквозь призму мозаики / А. Ярмошик. – Москва: [б.и.], 2022. – 203 с.

**СИНТЕЗ ВИЗУАЛЬНОГО И МУЗЫКАЛЬНОГО В КАРТИНАХ  
М.К. ЧЮРЛЕНИСА**

**Кокорина Екатерина Георгиевна,**

кандидат культурологии, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

«Крымский федеральный университет

имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению синтеза визуальных и музыкальных компонентов в творчестве художника М.К. Чюрлениса. Проанализирован перенос особенностей музыкального творчества М.К. Чюрлениса в пространства его картин. Отмечено, что эта особенность обнаруживает себя в музыкальной линии, проецируемой на плоскости, в типологии и сочетаниях которой очевидны прямые соответствия аналогичным явлениям музыки. Определена специфика аудио-визуального восприятия и презентации ритма на материале работ М.К. Чюрлениса. Обозначено, что М.К. Чюрленис стремился соотнести явления ритма во всем их многообразии: пространственные (точка, линия, пятно) и временные длительности.

**Ключевые слова:** культурное наследие, синтез искусств, синтетичность, визуальное, музыкальное, М. К. Чюрленис.

**Annotation.** The article is devoted to the consideration of the synthesis of visual and musical components in the works of the artist M.K. Čiurlionis. The transfer of the features of M.K. Čiurlionis's musical creativity to the spaces of his paintings is analyzed. It is noted that this feature reveals itself in the musical line projected onto the plane, in the typology and combinations of which direct correspondences to similar phenomena of music are obvious. The specificity of audio-visual perception and representation of rhythm is determined based on the material of M.K. Čiurlionis's works. It is noted that M.K. Čiurlionis sought to correlate the phenomena of rhythm in all their diversity: spatial (point, line, spot) and temporal durations.

**Key words:** cultural heritage, synthesis of arts, synthesity, visual, musical, M.K. Čiurlionis.

**Постановка проблемы.** Эксперименты М.К. Чюрлениса обозначили новый этап в развитии искусства, одной из важных особенностей которого стало усиление роли взаимосвязей между разными видами искусства – живописью, прозой, лирической поэзией, театральными произведениями – в то время, когда идея синтеза искусств звучала все сильнее.

Цель данной работы – рассмотрение синтеза визуальных и музыкальных компонентов в творчестве художника М.К. Чюрлениса, для чего были поставлены следующие задачи: проанализировать перенос особенностей музыкального творчества М.К. Чюрлениса в пространства его картин; определить специфику аудио-визуального восприятия и презентации ритма на материале работ М.К. Чюрлениса.

**Изложение основного материала.** Непростое и проходящее с удивительной скоростью развитие творчества М.К. Чюрлениса с трудом можно разделить на конкретные этапы. Его творчество характеризуется поисками собственного направления в искусстве. В то же время М.К. Чюрленис не отказывался от символизма, часто используя символические образы.

Истинно новаторские достижения появились в искусстве М.К. Чюрлениса, после его обращения к созданию картин, которым он давал названия музыкальных жанров: прелюдия, фуга, соната. Следует отметить, что не стоит, увидев в подписи к картине слово «фуга» или «соната», искать видимое «изображение музыки». Ф.Я. Розинер, имея в виду «сонатно-музыкальную» сторону работ М.К. Чюрлениса, напоминает: «Чюрленис всегда, начиная с ранних своих картин, приглашал зрителя вступить с ним на путь

*ассоциаций – мышления по цепи связанных друг с другом явлений, на путь аналогий – выявления сходства в качествах и свойствах разнородных предметов» [4, С. 155].*

Одна из картин, написанных в этот период, называется «Фуга» (1907-1908). Она еще больше, чем прочие работы М.К. Чюрлениса, является отступлением от живописи, в которой «все сказано». Название «Фуга» сразу подчеркивает связь с музыкой. Фуга основана на композиционном принципе имитации, когда мелодия, исполняемая одним голосом, повторяется («имитируется») во всех голосах фуги – выше и ниже, так что эти повторы накладываются друг на друга, сходятся, расходятся и переплетаются, существуя в единой поступательной динамике произведения. В «Фуге» применен прием музыкального контрапункта («точка против точки»), когда «мелодии» елочек повторяются их «отражениями», не столько зеркальными, сколько гармоническими. Автор применил музыкальные композиционные принципы при работе над «Фугой». Так возникает и большинство «музыкальных» картин, созданных в это время.

В 1907 г. М.К. Чюрленис написал «Солнечную» и «Весеннюю» сонаты. В летние месяцы 1908 г. он трудился над «Сонатой Ужа», «Летней», «Морской» и «Звездной» сонатами. Все примерно одинакового размера, выполнены темперой. Краски прозрачные, разбавленные, как при работе акварелью. Тени отсутствуют, формы простые настолько, что некоторые повторяющиеся элементы композиций (цветок, дерево, птица, солнце) сводятся к условным графическим намекам, которые составляют свою работу этого периода «знаковую систему». Отдельные картины, составляющие сонатные циклы, названы, как и в музыке – «Аллегро», «Анданте», «Скерцо», «Финал». Именно в «Сонатах» был окончательно разработан и утвержден изобразительный язык, возникший из нового подхода к структуре картины и цикла картин.

Особую группу работ М.К. Чюрлениса составляет графика для печати. Он рисовал тушью тонкие узоры, орнаменты из цветов и спиралей, мельчайших кругов. Интерес представляют и рисованные заглавные буквы. М.К. Чюрленис учился у художников «Мира искусства», перенимая их опыт.

И если некоторые графические работы М.К. Чюрлениса можно охарактеризовать как успешную работу иллюстратора, перед которым стояла задача стилизовать оформление нотной записи, как например, в виньетке к народной песне «Бегите, покосы» (1909) и в подобных работах, то в ряде его других произведений мы сталкиваемся с поразительным уровнем синтеза, можно сказать, конечно, синтеза искусств. Однако скорее, своей синтетичностью эти картины обязаны способности автора как целостного познания окружающей действительности, так и готовности передать, визуализировать свое «видение» музыкального посредством линий и цветов.

Синтез музыкальных и живописных принципов построения нашел воплощение в «музыкальной живописи» М.К. Чюрлениса. Думая о будущей опере «Юрате», он представлял себе связь и сотрудничество музыки со светом. Но в станковой живописи все ограничивается плоским четырехугольником, и было бы правильнее говорить о синтезе живописных и музыкальных (пространственных и временных) идей в мышлении и воображении автора.

Он обладал специальным «тренажем творческого воображения» и глубоким собственным осознанием связей между техникой и эстетикой искусства музыки. Благодаря этому и в силу яркого художественного таланта, музыкальное в живописи М.К. Чюрлениса предстало как сущностно, так и внешне обоснованным достижением пластического искусства.

Живописи М.К. Чюрлениса присуще стремление к дематериализации и поиски решения проблемы движения, привнесения в живопись фактора времени. В начале это разворачивание повествования в циклах картин («Потоп», «Сотворение мира», «Зима»), которые или берут начало в мифическом сюжете, или, словно вариации, развиваются бесконечно; позже – замкнутые циклы, построенные по аналогии с музыкальными жанрами (диптих «Прелюдия и фуга», триптих «Фантазия», сонаты), применение в цикле и в отдельной композиции очевидных предпосылок «читаемости» (не обязательно из музыки, однако это способствовало формированию идеи М.К. Чюрлениса о параллелизме искусств); потом – «процессии» и изгибающиеся линии, которые привлекают и направляют взгляд зрителя импульсивной ритмичностью. Прямое заимствование из временных искусств (поэзии и музыки), употребленное для усиления вибрации ритма в

живописи М. К. Чюрлениса, представляют «метрически» организованные группы предметов, одни из которых едва акцентированы: двудольные «стопы» в «движении» деревьев («Аллегро» «Сонаты солнца» и «Сонаты весны», отчасти «Прошлое»), двух-, трех- и четырехдольность в «Сонате моря», более сложные и разнообразные группы больших и маленьких пирамид в «Аллегро» «Сонаты пирамид». К другим музыкальным аналогиям относится «контрапункт» волнистых линий, которые соотносятся вертикально на плоскости картины, и полифония нескольких пространств – миров, пересекающихся друг с другом («Соната ужа», «Rex» и другие работы).

Типология и сочетания линий в живописных и графических работах М.М. Чюрлениса обнаруживают прямые соответствия аналогичным явлениям в его музыкальных произведениях. Картины сонатных циклов он по музыкальной традиции давал порядковые номера в зависимости от очередности их появления. Картины-сонаты он называл по аналогии с частями музыкального жанра сонаты: «Аллегро», «Анданте», «Скерцо» и «Финале».

По мнению Э. Курта, «представляя себе мелодию-движение, мы обязательно конкретизируем ее как объект, проецируя в пространстве свои чувственные впечатления от тонов на какое-то их место в нем» [3, С. 210]. Очевидно, что ассоциативный образ мелодии, как представляемого в пространстве следа от движения, зависит, прежде всего, от качеств мелодической линии. Естественно, что не каждый человек воспринимает музыку таким образом, но к М.К. Чюрленису относится непосредственно.

Исследователь представил типичную восходящую фразу М.К. Чюрлениса в ее наиболее обобщенном виде, являющейся лейтконтуром всего его музыкального творчества. Непосредственная проекция данного или похожего мотива в пространстве выглядит в виде определенных линий (рис. 1).

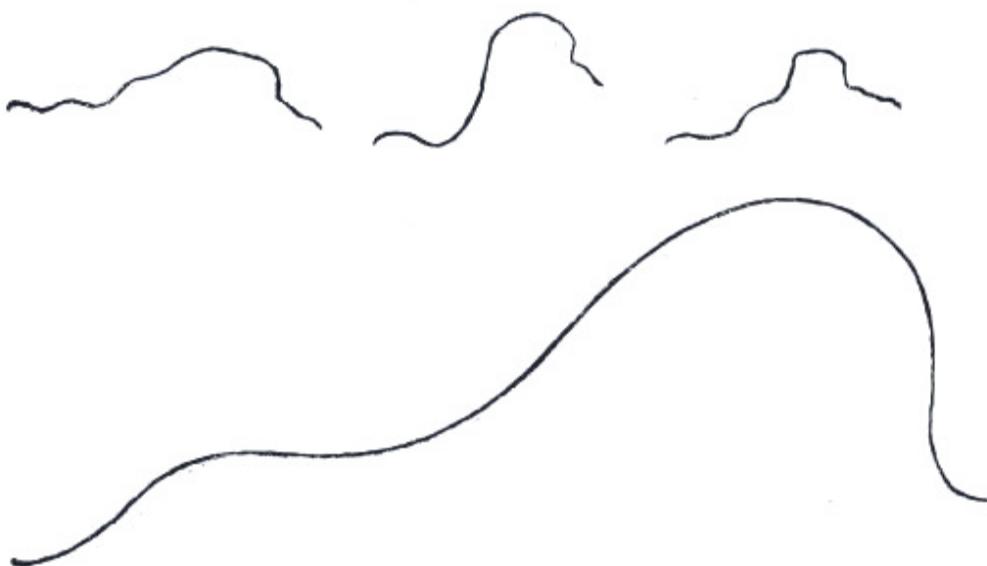


Рисунок 1. [3, С. 211]

Анализируя творчество М.К. Чюрлениса, можно убедиться, что подобные линии играют важную композиционную роль в его картинах.

Примерами этого являются картина «Покой», облака в цикле «Лето», силуэтные контуры фигур елочек в «Фуге» и многие другие живописные и графические работы. Количество, частота использования таких фигур в многообразных вариантах свидетельствует о существенных психологических основаниях стилистики.

Воображение М.К. Чюрлениса, вероятно, выработало (основываясь на впечатлениях о действительности) несколько основных типов графических фигур, постоянно существующих в памяти и влияющих на стиль художника, на сочиняемые музыкантам мелодии. Неверно сводить этот вопрос к простым аналогиям между отдельными произведениями, которые являются только примерами частных проявлений

одного устойчивого графического прототипа.

Более того, существовали исторические предпосылки новых и взаимопроникающих феноменов искусства. Графическое воспроизведение басов из прелюдов М.К. Чюрлениса оп. 19, № 1 и 3 выглядит в виде следующих графиков (рис. 2).

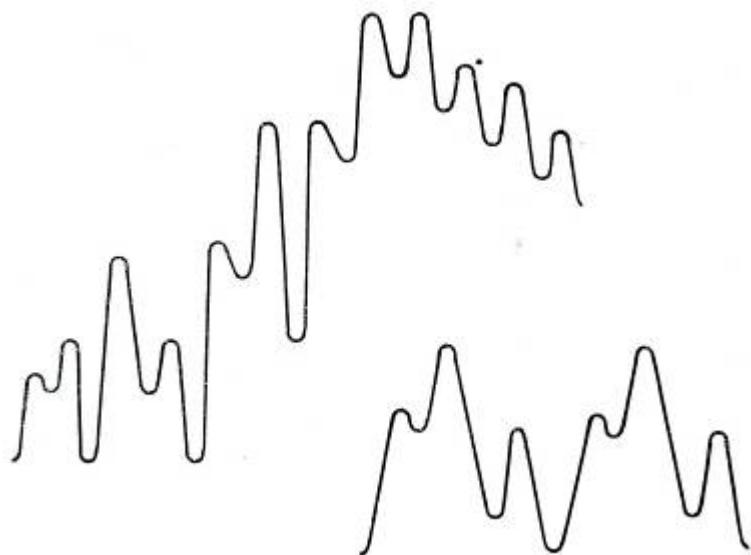


Рисунок 2. [3, С. 212]

Приблизительно за пятнадцать лет до того, как музыкальное «необарокко» развилось как явление, романтическая мелодика М.К. Чюрлениса эволюционировала в том направлении, обнаруживала черты декоративного стиля конца XIX в. Скорее всего, из музыки, в своем развитии опережавшей живопись, живописец заимствовал линии, которые позже стали его сугубо индивидуальным выражением. И по прошествии нескольких лет уже личный стиль художника, отражавший стилевые направления того периода, оказывал влияние на «гибко прорисованные» мелодии произведений для фортепиано (рис. 3).



Рисунок 3. [3, С. 213]

В «Аллегро» «Сонаты звезд» особо воплотилось сочетание контрастных линий – членение плоскости прямыми линиями и неделимое «движение» горизонталей (рис. 4).

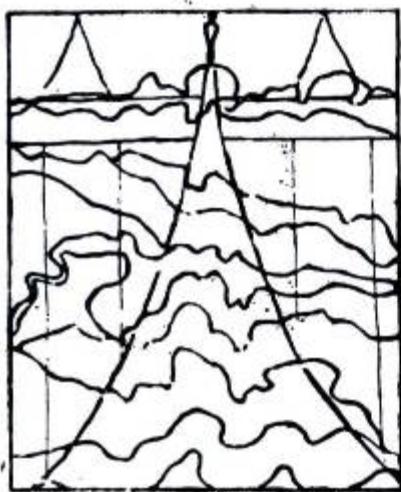


Рисунок 4. [3, С. 213]

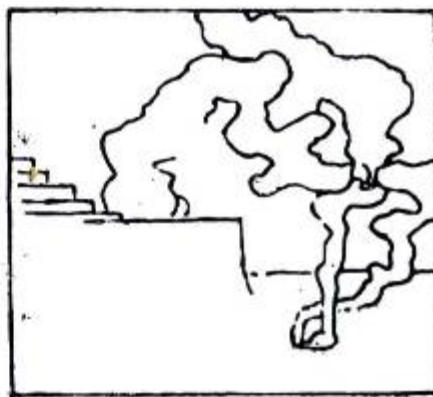


Рисунок 5 [3, С. 213]

В «Жертве» ровные линии составляют устойчивую архитектоническую базу в пространстве для витиевато поднимающегося дыма (рис. 5).

Примеры подобных сочетаний можно обнаружить в музыкальных произведениях М. Чюрлениса. В первом – бесконечная изгибающаяся линия бассо остината как основа коротких, «прямовосходящих» мотивов (рис. 6, 7).



Рисунок 6 [3, С. 213]



Рисунок 7. [3, С. 214]

Во втором примере – из Andante цикла «Море» для фортепиано – можно провести параллели с композицией «Жертвы»: глубокий, темный по окраске остинатный мотив – зовущий голос, который исполняет также основную роль органного пункта; выше его – линия основной спокойной мелодии, а еще выше – витиеватый, красивый контрапункт, сходный с теми же линиями дыма жертвенника (рис. 8).



Рисунок 9 [3, С. 214]

Подобные факты подтверждают связь между стилистическими элементами в музыкальном и живописном творчестве М.К. Чюрлениса. Пространственная линия в картинах оказывается декоративной и музыкальной, а линия мелодии – чувственной и рельефной. Длинная цепочка сложных аналогичных феноменов, которые связывают здесь музыку и изобразительное искусство в последовательной необходимости наводят на мысль о еще больших ассоциациях между ними и о вероятном проникновении их друг в друга.

Декоративное многозвучие линий-лент и множество пространств умещаются в одном относительном пространстве работ М.К. Чюрлениса. Ему удавалось создавать в картине впечатление сильной глубины, благодаря тонки нюансам тона изображенного ночного или вечернего неба, которое постепенно впитывает свет, идущий из-за горизонта («Лес», «Знаки Зодиака», «Жертва», «Ноев ковчег», «Жемайтийское кладбище», части некоторых сонат и др.). По-другому впечатление глубины создавалось проведением ряда мотивов вглубь, что обозначало перспективу, и просвечиванием тончайших слоев цвета, представляющих предметы прозрачными.

Картины «Рекс», «Соната звезд» и другие работы художника обладают многоплановой глубиной, ускользающими тенями едва видимых предметов. М.К. Чюрленис, вероятно, стремился добиться двойственности зрительных впечатлений и достигал этого благодаря методу, отличавшемуся от восточного или постимпрессионистского искажения перспективы. Возможно, это объясняется интересом художника к науке и в частности – к психологии.

На решение пространственных задач М.К. Чюрлениса оказывали влияние, вместе с другими, музыкальные тенденции – интроспекция индивидуального восприятия музыки и личного музыкального воображения, некоторые качества мышления композитора, которые выражались и в музыкальном творчестве.

Поиски художника, связанные со спецификой творческого воображения, особым образом отражались и в музыке.

В отношении живописи М.К. Чюрлениса поднимается и вопрос, об ощущении формы у музыкантов: способность объединять представление и оценку каждого момента развития музыкального произведения со всем тем, что предшествовало, и тем, что будет, осознавать изменчивость звуковых связей в контексте осмысленного целого.

Воображение Чюрлениса-музыканта, охватывающее одновременно, будто двойным сознанием, частное и общее, содержание мелодии и архитектонику формы, проецируя одно на другое, было вовлечено в создание сонат и других «музыкальных» картин. М.К. Чюрленис гармонично заполнял пространства некоторых своих работ, будто

игнорируя их перпендикулярные границы. В других картинах линии краев листа входят во взаимодействие с композиционными линиями.

М.К. Чюрленису удалось избежать риска грубого сочетания, при котором два разных вида искусства лишились бы свойственных им характеристик. По мнению Вяч. Иванова, он «созерцал время и пространство как неделимое единство; пространство его картин поглощает время и движение, являясь чистым слоем вибрации красочных форм» [8, С. 77].

Подобные качества, возможно, являются более важными для композиционного построения, чем насыщенность конкретно осознаваемой символикой, даже более разноплановой. Не только частные, но и основные пластические характеристики живописи М.К. Чюрлениса многое почерпнули из искусства звуков.

Следовательно, можно говорить о том, что творчеству М.К. Чюрлениса присущи следующие черты: взятая из реальности тема с оригинальной формой, «которая постепенно уходит из эмпирического мира в сферу идеальных или фантастических форм» [8, С. 77]; формы, привнесенные из музыки, которые «теряют свою материальную субстанцию, насыщаясь физическими элементами» [Там же]; формы, «стремящиеся к обобщенности, становятся абстрактными, обнаруживая основной неизменный прототип» [Там же].

Несомненно, что мы не можем говорить о живописных произведениях М.К. Чюрлениса как о прямой проекции музыки на плоскость, скорее – это наиболее удавшееся слияние в художественном воображении автора музыкальности художественных образов и их живописности, сочетание, позволяющее зрителям осмысливать картину тем способом, который им максимально доступен. Однако понимание глубокого содержания композиции М.К. Чюрлениса требует усилий: часто кажется, что сложная структура его произведений закодирована.

**Выводы.** В результате рассмотрения синтеза визуальных и музыкальных компонентов в творчестве художника М.К. Чюрлениса нами были сделаны следующие выводы.

Проанализирован перенос особенностей музыкального творчества М.К. Чюрлениса в пространства его картин.

Отмечено, что композитор и художник М.К. Чюрленис перенес в живописные произведения характерные черты своего музыкального творчества. Эта особенность обнаруживает себя в музыкальной линии, проецируемой на плоскости, в типологии и сочетаниях которой очевидны прямые соответствия аналогичным явлениям музыки.

Определена специфика аудио-визуального восприятия и презентации ритма на материале работ М.К. Чюрлениса.

Обозначено, что М.К. Чюрленис стремился соотнести явления ритма во всем их многообразии: пространственные (точка, линия, пятно) и временные длительности.

«Музыкальность живописи» М.К. Чюрлениса проявляется и в том, что он давал своим картинам названия музыкальных жанров: прелюдия, фуга, соната.

В заключение мы делаем вывод о том, что, по нашему мнению, синтез искусств наиболее ярко и полно проявился именно в творчестве М.К. Чюрлениса, произведения которого необходимо рассматривать не в рамках одного вида искусства, а как комплекс, где органично сочетаются музыка, живопись, графика, театр. Этим объясняется интерес к М. К. Чюрленису, он привлекает своими поразительными образами, искренностью и эмоциональностью в живописи, которая поднимает много вопросов в отношении композиции работ, их пластических элементов и явления ритма.

#### **Список литературы:**

1. Кокорина, Е.Г. Культурно-исторические факторы возникновения синтеза в культуре на примере явлений культурного наследия человечества / Е.Г. Кокорина // МедиаВектор. – Научный журнал. – Новосибирск-Симферополь: Изд. АНС «СиБАК», 2022. – Вып. 6. – С. 61-66
2. Кокорина, Е.Г. Синтетичность как особенность художественной культуры / Е.Г. Кокорина // Культура народов Причерноморья. – 2007. – № 111. – С. 163-166
3. Ландсбергис, В.В. Творчество Чюрлениса: Соната весны / В.В. Ландсбергис. – Л.: Музыка, Ленинградское отделение, 1975. – 280 с.

4. Розинер, Ф.Я. Гимн солнцу: Чюрленис. Искусствоведческая повесть / Ф.Я. Розинер. – Москва: Молодая гвардия, 1974. – 190 с.
5. Чюрленис Микалоюс Константинас: [альбом на литовском, русском, немецком и французском языках]. – Вильнюс: Вага, 1975. – 31 с.
6. Чюрлените, Я.К. Воспоминания о М.К. Чюрленисе / Я.К. Чюрлените. – Вильнюс: Вага, 1975. – 368 с.
7. Эткинд, М.Г. Мир как большая симфония: Книга о художнике Чюрленисе / М.Г. Эткинд. – Л.: Искусство, Ленинградское отделение, 1970. – 159 с.
8. Čiurlionis: Painter and Composer. Collected essays and Notes, 1906-1986. – Vilnius, 1994. – 559 p.

**УДК 008:7.01**

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОРФОЛОГИИ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ**

**Кокорина Екатерина Георгиевна,**  
кандидат культурологии, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Саввопуло Карина Андреевна,**  
студентка 4 курса направления подготовки «Культурология»  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Статья посвящена изучению теоретические аспекты морфологии изобразительного искусства в современной культуре. Проанализирована структура видов классического изобразительного искусства в традиционной и современной научной парадигме. Выявлено, что система классических искусств на данный момент не может восприниматься как абсолютно стабильная, так как с ходом культурно-исторического процесса появляются новые явления, формы и характеристики видов искусства, и их структура регулярно изменяется. Определено место уличного искусства в системе современного изобразительного искусства. Обозначено, что с разных исследовательских позиций современное уличное искусство рассматривается как как способ украшения стен домов; как постмодернистское искусство; как проявление активистского искусства; инновационное современное искусство, которое, тем не менее, уже имеет свою историю развития.

**Ключевые слова:** система искусств, изобразительное искусство, морфология искусства, современное искусство, уличное искусство.

**Annotation.** The article is devoted to the study of theoretical aspects of the morphology of fine art in modern culture. The structure of classical fine art types in the traditional and modern scientific paradigm is analyzed. It is revealed that the system of classical arts at the moment cannot be perceived as absolutely stable, since with the course of the cultural and historical process new phenomena, forms and characteristics of art types appear, and their structure regularly changes. The place of street art in the system of modern fine art is determined. It is noted that from different research positions, modern street art is considered as a way of decorating the walls of houses; as postmodern art; as a manifestation of activist art; innovative modern art, which, however, already has its own history of development.

**Key words:** art system, fine art, morphology of art, modern art, contemporary art, street art.

**Постановка проблемы.** Изучая вопросы взаимопроникновения искусств, его разных проявлений, в результате чего рождаются синтетичные феномены культуры, мы

вынуждены регулярно сопоставлять такие современные явления с уже ставшими классическими примерами. Одной из очевидных областей исследования в этом случае выступают отношения проявлений искусства, называемого классическим, с искусством, которое мы встречаем на улицах разных населенных пунктов. Сейчас нередки случаи, когда образцы первых «покидают» пространства галерей и музеев и «перемещаются» на стены зданий. Традиционный стрит-арт как пример самовыражения, реализующий функцию символизации в городском пространстве, все чаще использует в качестве тем изображений образы классического искусства, вступая в своеобразную коммуникацию с его смыслами, зафиксированными в культурном наследии. В таком случае мы как исследователи должны анализировать, как произведения стрит-арта, например, репрезентующие лучшие образцы классического искусства, призывают к его переосмыслению, как такие работы встраиваются в городскую среду, и какого их место в системе классических искусств.

В данной статье мы сначала должны обратиться к теоретическому анализу структуры системы классического искусства, так как оно выступает базисом для генезиса тех явлений, которые принято называть искусством неклассическим. Это позволит нам определить место уличного искусства в системе современного изобразительного искусства.

Цель данной работы – изучение теоретические аспекты морфологии изобразительного искусства в современной культуре, для чего были поставлены следующие задачи: проанализировать структуру видов классического изобразительного искусства в традиционной и современной научной парадигме; определить место уличного искусства в системе современного изобразительного искусства.

**Изложение основного материала.** Классические виды искусства, воплощенные в многообразии их форм, характеризуются таким их имманентным качеством как целостность. Именно она детерминирует стабильность системы классических видов искусства, что долгое время являлось неоспоримым тезисом. Однако с развитием такой сложной сферы культуры как искусство ряд исследователей высказывают сомнения в отношении устойчивости привычной классической системы искусства. По мнению Д.А. Ильина, «в настоящее время существует множество подходов к классификации видов искусства, где отражена их специфика, и в то же время некоторые общие черты, объединяющие их в определенные группы. Распределение искусств по различным признакам позволяет приблизиться к рассмотрению сущности и функций того или иного вида искусства» [5, С. 107].

Теоретическим аспектам морфологии изобразительного искусства в современной культуре посвящены публикации В.В. Алексеевой [2], Д.А. Ильина [5], М.С. Кагана [6], Е.Н. Котовой [9], Н.Н. Лавриновой [10]. Отдельно упомянем работы, позволившие рассмотреть уличное искусство в системе современного изобразительного искусства, авторства О.И. Аграмаковой [1], Е.А. Кирсановой [7], Е.Р. Котляр и Е.Р. Касатовой [8], С.М. Михайлова и Р.Р. Хафизова [11], Д.Ю. Семенова [16], У.С. Швиндт [19].

Вопросы генезиса и видовой специфика классического искусства интересуют мыслителей разных эпох и остаются актуальными и сегодня. Н.Н. Лавринова пишет: «Процесс исторического развития общественного разделения труда привел к тому, что из первоначальной слитной, синcretической человеческой жизнедеятельности выделились и получили самостоятельное существование многообразные отрасли материального и духовного производства, а также различные формы общения людей» [10]. Креативность, реализующаяся в преобразующе-творческой активности, находит выражении в широчайшем спектре проявлений, которые в течение столетий выкристаллизовывались в строгие виды искусства, формируя его роды, стили и жанровое разнообразие, которое, в свою очередь, структурировалось в устойчивую систему на основании общих признаков и характеристик.

По материальному признаку, на основании которого выделяются сущностные черты конкретных произведений, принято такое разделение видов искусства [2]:

- 1) пространственные или пластические, работающие с предметными, вещественными формами;
- 2) временные, материалом для которых служат словесные или музыкальные элементы;

3) смешанные пространственно-временные, как сложившиеся еще в древности, так и условно современные.

Помимо перечисленных структурных элементов системы классических искусств исследователи также подразделяют их на группы в зависимости от того, знаками какой природы они оперируют [10]:

1) изобразительными, порождающими ощущение мимезиса и воплощающими в разных формах окружающую творца среду;

2) неизобразительными, у форм которых нет прототипов в нашей действительности;

3) синкетичными или синтетичными, изобразительно-неизобразительными.

Обращаясь к предмету данной работы, нам необходимо дать определение для понятия, являющегося основным для нашего исследования: изобразительные искусства (от из- и ст.-слав. *образъ*; праслав. *ob- + razъ* – «резать», «проводить черту»; *обрáзить* – «украсить») [17, С. 106] – это пространственные виды искусства, которые характеризуют «объемность, трехмерность или плоскость, двухмерность создаваемых с их помощью образов. Именно этот признак и определяет сложившееся уже в далеком прошлом различие двух основных видов изобразительного искусства – живописи и скульптуры» [6, С. 324]. В традиционной парадигме виды классического изобразительного искусства могут быть классифицированы следующим образом: живопись (рис. 1), графика, монументальное искусство (которое является родом искусства, куда как вид входит скульптура).



Рисунок 1. И.К. Айвазовский. «Штиль» (1885) [13]

Очевидна, что рассмотренная система классических искусств на данный момент не может восприниматься как абсолютно стабильная, так как с ходом культурно-исторического процесса появляются новые явления искусства и, соответственно, мы будем наблюдать трансформацию системы искусств. В устоявшуюся в предыдущие столетия систему видов искусства постепенно включались фотография, кинематограф, с недавнего времени – медиа-искусство, и очевидно, что динамика трансформации системы изобразительного искусства на этом не остановилось. Д.А. Ильин отмечает: «Сложность феномена искусства, возникновение его новых видов, изменение исследовательских задач стимулируют появление иных принципов классификации видов искусств» [5, С. 110]. Интересна относительно новая тенденция, в рамках которой архитектуру отнесли к изобразительному искусству [4]. Согласно классической

структуре, в которой архитектура остается неизобразительным искусством, в него также входят музыка, литература, театральное и танцевальное искусство [12], хотя и у них есть характеристики, в соответствии с которыми мы можем обнаружить в произведениях, созданных в рамках этих искусств, определенные свойства изобразительности. Также условность определений некоторых изобразительных искусств демонстрирует взаимопересечение живописи и графики (например, техника акварели).

Таким образом, подводя итоги рассмотрения видового разнообразия изобразительного искусства в традиционной и современной научной парадигме, мы можем вслед за авторитетными авторами сделать следующий вывод: вышеизложенное может служить теоретико-методологическим основанием культурологического рассмотрения процессов развития системы видов изобразительного искусства.

Решая вторую поставленную в этом исследовании задачу: определить место уличного искусства в системе современного изобразительного искусства, – мы также должны разобраться с дефинициями и точками зрения в отношении данного феномена.

Сегодня уличное искусство (синонимичные термины – стрит-арт, *street art*) рассматривается в контексте системы современного искусства, его специфическая форма, «главная особенность которой заключается в том, – пишет У. С. Швиндт, – что она определяется не техническими возможностями художника, его манерой исполнения и уровнем мастерства, а идеей, которая должна привлечь внимание зрителя» [19, С. 126]. Новый относительно устоявшихся ранее в системе искусств его разновидностей стрит-арт как феномен зависит от того, как складывалась специфическая городская культура и с присущими ей характеристиками пространства, и бытует только в общественных уличных пространствах. Уличное искусство трактуется и как его проявление в предметном плане, и как особое социокультурное явление, выражающее свое содержание в идеи. Стрит-арт воплощает «культурный замысел и одновременно продукт культуры, воплощающийся в определенном социокультурном пространстве-времени и постоянно производимый и воспроизводимый в социальных практиках людей» [14, С. 4].

Несмотря на относительную молодость рассматриваемого феномена, а может, и благодаря этому, отмечается одновременное функционирование значительного количества дефиниций, определяющих сущность стрит-арта. Как отмечает У. Бланш, «попытки создания единого определения стрит-арта, легитимация данного термина и споры о сущности стрит-арта продолжают носить характер международной академической дискуссии» [20, С. 33]. Отечественные исследователи Е.Р. Котляр и Е.Р. Касатова дают следующее значение уличного искусства: «направление в современном искусстве, особенностью которого является использование внутригородских территорий для различного рода арт-проектов» [8, С. 709].

Ряд исследователей однозначно помещают уличное искусство в систему современного искусства, определяя его как «совокупность художественных видов, сложившаяся во второй половине XX века» [8, С. 708], причем оно может пониматься как генетически выросшее из модернизма, так и оппозиционное по отношению к нему [18].

Е.А. Кирсанова полагает, что происхождение уличного искусства сегодня до конца не изучено: «Подавляющее большинство исследователей говорит о формировании стрит-арта из более ранней практики, граффити. В то же время вопросы о генезисе самого граффити и проблемы преемственности и разделения граффити и стрит-арта также остаются достаточно дискуссионными» [7, С. 121].

Так как остается открытым один из важнейших аспектов стрит-арта, важно обозначить его место в структуре актуального изобразительного искусства, а также перечислить ряд его техник.

Так, С.М. Михайлов и Р.Р. Хафизов полагают, что стрит-арт представляет собой одну из форм декорирования внешних стен и улиц посредством легко прочитываемых образов, которые создаются чистыми цветами с применением таких техник, как трафареты, арт-принты и т. д. [11].

Д.Ю. Семенов причисляет уличное искусство к постмодернистскому, особо отмечая художественные особенности выполнение работ, и также анализируя разнообразные формальные проявления стрит-арта (граффити, монументальную живопись, постер-арт и т.д.) [16].

К. Вернер, изучая активистское искусство, выделяя уличное искусство как одну из его форм и параллельно упоминая социально активное искусство, искусство провокативное и новейшее публичное искусство. Она полагает, что важный для нашего исследования мурализм находится в системе направления искусства общественных движений, смыслом которого является информирование предельно большого количества людей об актуальных проблемах современного общества [23].

Л. Ливрув и Дж. Поуп занимаются изучением особенностей актуального искусства, отмечая среди его важных параметров инновации и замечая, что к нему относятся произведения, созданные в последние десятилетия, а также то, что оно не работает с привычными для традиционного искусства техниками, и для него не свойственна эстетическая нагрузка, характерная для смысла модернизма [21].

О.И. Аграмакова, анализируя генезис стрит-арта, делает упор на его динамику от зарождения до процессов, разворачивающихся в современности [1].

Е.А. Кирсанова с коллегами также значительное внимание уделяет зарождению и этапам развития уличного искусства [22].

Завершая обзор подходов к рассмотрению уличного искусства в системе современного изобразительного искусства, назовем актуальные направления стрит-арта, среди которых «mural art, sgraffito, sticker-art, art-print, spray art, street painting, stencil art, yarn bombing и др.» [11, С. 108] и выделим основные техники: трафарет (англ. stencil), – этим термином обозначается изображение, созданное с помощью данного инструмента; постер-арт (англ. poster art, wheatpaste), где в основным материалом служат разные сорта бумаги, на которую наносится печать или непосредственно краска; и не менее важная для нашего большого исследования – мурал (исп. mural), которое понимается как монументальное настенное искусство в разных техниках (рис. 2).



**Рисунок 2. В.В. Подопригора и соавторы.  
«Штиль» (2020) – объект проекта «Галерея под небом»,  
бул. Ленина, г. Симферополь [3]**

Так как подобные монументальные произведения не часто создаются без разрешения властей, логично считать мурал разновидностью общественно значимого публичного искусства, синтетически объединенного с монументальной живописью. Однако большинство современных художников, работающих в этой технике, начинали как граффити и стрит-арт деятели. Более того, муралы чаще всего реализуют в городском

пространстве, что в рамках данной работы позволяет нам относить их к уличному искусству.

**Выводы.** В результате изучения теоретических аспектов морфологии изобразительного искусства в современной культуре нами сделаны следующие выводы.

Проанализирована структура видов классического изобразительного искусства в традиционной и современной научной парадигме.

Выявлено, что в традиционной парадигме виды классического изобразительного искусства могут быть классифицированы следующим образом: живопись, графика, монументальное искусство. Тем не менее, эта система классических искусств на данный момент не может восприниматься как абсолютно стабильная, так как с ходом культурно-исторического процесса появляются новые явления, формы и характеристики видов искусства, и их структура регулярно изменяется.

Определено место уличного искусства в системе современного изобразительного искусства.

Обозначено, что с разных исследовательских позиций современное уличное искусство рассматривается как способ украшения уличных стен домов; как постмодернистское искусство с характерными особенностями выполнение работ; как проявление активистского искусства, искусство общественных движений, новейшее публичное искусство и искусство провокации; инновационное искусство, характеризующееся свободой от классических форм и техник, а также эстетической нагрузки, характерной для смысла модернизма; современное искусство, которое, тем не менее, уже имеет свою историю развития.

В завершение необходимо добавить, что уличное искусство чаще всего экспонируется не в выставочных пространствах, а в пространстве городской среды. Такое искусство непосредственно привлекает внимание обывателей, встречающихся его на улицах населенных пунктов, одновременно означая и символизируя публичное уличное пространство. В то же время не ослабевает научный интерес к стрит-арту, так как данный феномен может быть предметом исследования с позиций разных дисциплин и подходов: искусствоведов и культурологов, социологов и урбанистов, психологов и семиотиков и т.д.

#### **Список литературы:**

1. Аграмакова, О.И. Историко-культурные предпосылки возникновения уличного искусства / О.И. Аграмакова // Мир культуры: культуроведение, культурография, культурология: сборник научных трудов / Курский государственный университет; под ред. Т.Н. Арцыбашевой, Г.А. Салтык. – Курск: Издательство Курского государственного университета, 2014. – Вып. 1. – С. 87-93
2. Алексеева, В.В. Что такое искусство?: О том, как изображают мир живописец, график и скульптор / В.В. Алексеева. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Советский художник, 1991. – 238 с.
3. Владислав Подопригора: личный аккаунт // ВКонтакте: социальная сеть. – URL: [https://vk.com/podoprigora\\_dislav](https://vk.com/podoprigora_dislav) (дата обращения: 10.02.2025)
4. Власов, В.Г. Архитектура как изобразительное искусство. Теория открытой формы, принцип партиципации и синоптический подход в искусствознании / В.Г. Власов // Архитектон: известия вузов. – 2018. – № 1 (61). – С. 5-28
5. Ильин, Д.А. Эволюция взглядов на классификацию видов искусства (от античности до XX в.) / Д.А. Ильин // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2013. – № 4 (36). – С. 107-110
6. Каган, М.С. Морфология искусства. Ч. 1-3: Историко-теоретическое исследование внутреннего строения мира искусств / М.С. Каган. – [Ленинград]: [Искусство, Ленинградское отделение], [1972]. – 440 с.
7. Кирсанова, Е.А. Социально-философский анализ концепций стрит-арта: генезис и подходы к определению феномена / Е.А. Кирсанова // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2017. – № 38. – С. 121-129
8. Котляр, Е.Р. Стрит-арт как вид современного искусства / Е.Р. Котляр, Е.Р. Касатова // Форум молодых ученых: сборник работ. – 2018. – № 4 (20). – С. 708-711

9. Котова, Е.Н. Классическая изобразительная форма: от становления к современности: автореферат дис. ... кандидата культурологии: 24.00.01 / Котова Елена Николаевна; Рос. ин-т культурологии МК РФ и РАН. – Москва, 2000. – 24 с.
10. Лавринова, Н.Н. Видовое многообразие искусства / Н.Н. Лавринова – Текст: электронный // Аналитика культурологии. – 2010. – № 16. – URL: [http://analitculturolog.ru/journal/archive/item/261-article\\_22-8.html](http://analitculturolog.ru/journal/archive/item/261-article_22-8.html) (дата обращения: 21.02.2025)
11. Михайлов, С.М. Стрит-арт как вид суперграфики в дизайне современного города / С.М. Михайлов, Р.Р. Хафизов // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2014. – № 5. – С. 106-111
12. Морфология искусства. – Текст: электронный // ЭОР «Основы этики и эстетики». – Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого президента России Б.Н. Ельцина, 2011. – URL: <https://web.archive.org/web/20200809011627/http://media.ls.urfu.ru/182/540/1218/> (дата обращения: 10.02.2025)
13. Описание Картины – Штиль (1885). Айвазовский Иван Константинович (1817–1900). – Текст: электронный // Искусство. История искусства. Уроки искусства: сайт. – URL: <https://www.cvetamira.ru/art/image/2006> (дата обращения: 10.02.2025)
14. Паламарчук, М.Л. Город как социокультурный феномен: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Паламарчук Максим Леонидович; ГОУ ВПО «Мурманский государственный педагогический университет». – Мурманск, 2009. – 21 с.
15. Саввопуло, К.А. Синтетичный характер взаимодействия уличного искусства и классической живописи (на примере муралов с копиями картин И.К. Айвазовского) / Е.Г. Кокорина, К.А. Саввопуло // МедиаВектор. – Научный журнал: – Новосибирск-Симферополь: Изд. АНС «СибАК», 2023. – Вып. 10. – С. 50-56
16. Семенов, Д.Ю. Стрит-арт в панораме современного искусства / Д.Ю. Семенов // Восточно-Европейский научный вестник. – 2015. – № 3-4. – С. 58-60
17. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. / Макс Фасмер; пер. с нем и доп. члена-корреспондента АН СССР О.Н. Трубачева; под ред. и с предисл. проф. Б.А. Ларина. – Изд. 2-е, стер. – М.: Прогресс, 1986-1987. – Т. 3: (Муза-Сят). – 1987. – 830 с.
18. Хоффман, В. Основы современного искусства: введение в его символические формы / В. Хоффман; [пер. с нем. А. Белобратова]; Петербургский фонд культуры и искусства «Институт ПРО АРТЕ». – СПб.: Академический проект, 2004. – 559 с.
19. Швиндт, У.С. Стрит-арт: подходы к изучению феномена в социальных и гуманитарных науках / У.С. Швиндт // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2020. – Вып. 23 (1). – С. 125-158
20. Blanche, U. Street Art and related terms – discussion and attempt of a definition / U. Blanche // Street & Urban Creativity. – 2015. – Vol. 1 (1). – P. 32-40
21. Lievrouw, L.A. Contemporary art as aesthetic innovation: applying the diffusion model in the art world / L.A. Lievrouw // Science Communication. – 1994. – Vol. 15. – Iss. 4. – P. 373-395
22. Street-art and graffiti in scientific discourse: concepts' definitions and basic research topics / E.A. Kirsanova, I.B. Ardashkin, Yu.A. Zeremskaya // Journal of Economics and Social Sciences. – 2016. – № 8. – P. 4-6
23. Werner, K. The sociology of contemporary activist art (1990-2003): diss. ... dr of philosophy (sociology) / Karen Werner; Brandeis University. – Boston, 2004. – 197 p.

## СОВРЕМЕННАЯ АУДИОКНИГА: ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ И СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Костенко Ирина Вячеславовна,  
старший преподаватель

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

Грицкова Анастасия Алексеевна,  
магистр направления подготовки «Издательское дело»  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Приведены доказательства популярности аудиокниг. Описаны причины тренда на чтение и издание классической литературы. Прописаны этапы создания аудиоизданий на примере авторского концептуального аудиосборника рассказов и очерков русской классической литературы «То удивительное, но плохо уловимое ощущение необыкновенного, о котором вы говорили» [10]. Даны концепция продвижения в социальных сетях (типы постов) и методы «внешнего» продвижения аудиоиздания.

**Ключевые слова:** аудиоиздание, этапы создания аудиоиздания, способы продвижения, типы постов, методы «внешнего» продвижения, классическая литература.

**Annotation.** The article provides evidence of the popularity of audiobooks. The reasons for the trend of reading and publishing classical literature are described. The stages of creating audio editions are described using the example of the author's conceptual audio collection of stories and essays on Russian classical literature "That amazing, but elusive feeling of the extraordinary that you talked about". The concept of promotion in social networks (types of posts) and methods of "external" promotion of an audio edition are given.

**Key words:** audio publication, stages of creating an audio publication, promotion methods, types of posts, methods of "external" promotion, classical literature.

**Постановка проблемы.** Аудиокнига является современным и популярным издательским продуктом, который показывает свой уверенный рост. Например, по данным «Литреса», одного из самых крупных игроков рынка электронных книг, в 2023 году емкость рынка аудиокниг достигла рекорда: она выросла на 24% и составила 3,8 миллиардов рублей. А на площадке «Литнет», литературной онлайн-самиздат-платформе для писателей и читателей, за тот же год количество аудиокниг увеличилось на 20%. В свою очередь «Букмейт», международный сервис для чтения электронных книг и прослушивания аудиокниг по подписке, отмечает, что, в частности, в марте 2024 года 80% всех пользователей хотя бы раз выбирали аудиоформат для знакомства с литературой [9]. Все это подтверждает актуальность и востребованность среди населения аудиоформата книг. И мы видим активный рост создания аудиокниг в том числе на площадках самиздата. Притом в интернет-пространстве довольно разрозненно публикуются материалы о способах создания аудиокниг и их продвижении в медиапространстве [3]. Поэтому целью данного исследования стало описание этапов создания и способов продвижения аудиокниг, которые мы сформировали при работе над собственным аудиосборником рассказов и очерков русской классической литературы «То удивительное, но плохо уловимое ощущение необыкновенного, о котором вы говорили».

**Изложение основного материала.** Самой востребованной и издаваемой литературой на мировом книжном рынке, безусловно, является художественная литература. Притом на данный момент сформирован определенный тренд на классическую художественную литературу [11]. Это объясняется несколькими

факторами: классика выступает определенным гарантом качества литературы (признана экспертами и мэтрами отрасли, вечна в отражении истинных проблем человека); происходит медиатизация классики (оцифровка и переосмысление классических текстов, развитие электронных библиотек, распространение аудиокниг); в эпоху переизбытка контента люди возвращаются к классическим текстам (тренд на экранизацию классики, на создание на ее основе комиксов и графических романов, мультфильмов и игр), чтобы найти в них новые грани, смыслы, раскрыть в новом формате. Так мы пришли к выбору классических произведений для создания аудиосборника [8].

В этой связи возникла идея создания сборника русской классической литературы в современном и популярном формате – аудиокниги. Учитывая быстрый ритм жизни нынешнего человека и его желание затрачивать минимальное количество времени на потребление информации, мы решили создать сборник коротких рассказов и очерков. Такой формат не успеет наскучить слушателю, и в любой момент человек сможет прерваться и вернуться к аудиокниге, не потеряв сюжетную линию, так как попросту начнет слушать новое, небольшое, но полноценное и законченное произведение. Так как это сборник – издание, содержащее ряд произведений, он должен объединять произведения по какому-либо признаку. В данном случае была выбрана тема природы, поскольку она широко представлена в творчестве отечественных писателей-классиков и близка, понятна и интересна многим читателям, ведь природа – это то, что нас окружает, наш дом, жизнь как таковая. Так сборник включил в себя художественные рассказы и очерки русской классической литературы, лейтмотивом которых является тема природы и (или) образы людей на фоне природы, их отношение к природе (персонажи ведь так же являются отражением страны, природы, жизни).

После мы подошли к более детальному изложению концепции аудиосборника [5]. В состав были определены следующие произведения: 1. Куприн Александр Иванович, «Московский снег». 2. Бунин Иван Алексеевич, «Сосны». 3. Тургенев Иван Сергеевич, «Лес и степь». 4. Песков Василий Михайлович, «Речка моего детства». 5. Мамин-Сибиряк Дмитрий Наркисович, «Горная ночь». 6. Соколов-Микитов Иван Сергеевич, «Дороги». 7. Паустовский Константин Георгиевич, «Чужая рукопись».

Выбор пал на одних из самых ярких и непохожих друг на друга писателей-классиков и их не самые очевидные и известные произведения. Также при подборе было учтено «настроение» произведений: нам важно было собрать рассказы и художественные очерки, в которых отражено не только возвышенное восприятие природы, но и противоречивые состояния окружающего мира и всяческие «отношения» человека с ним. Это разные география, времена года, стихии, время дня. Притом композиция аудиокниги закольцована: сборник начинается с зимы, ею и заканчивается. Кроме того, порядок произведений определен таким образом, чтобы наиболее объемные рассказы и художественные очерки были разбиты друг от друга менее объемными (для облегчения восприятия).

Аудиосборник был записан в формате MP3, так как он самый доступный и популярный. К вопросу озвучивания мы подошли рационально и в то же время творчески. Многоголосое чтение интереснее на слух, но дороже в производстве и сложнее технически, поэтому было выбрано чтение одним диктором. А для смены тона повествования с каждой главой (рассказом), соответственно, и автором меняется диктора. Для погружения в атмосферу в начале каждого аудиорассказа звучит композиция-заставка.

Также необходимо определять типологию издания. Четкое ее описание необходимо для понимания цели и задач издания, его целевой аудитории, общих характеристик, что поможет в формировании грамотной маркетинговой кампании и в конечном итоге позволит четко «доставить» продукт до его потребителя. В этом может помочь ГОСТ 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения» [2].

Рассмотрим подробнее характеристику сборника по читательскому адресу. По читательскому адресу данное аудиоиздание мы определили как массовое потому, что классические произведения пользуются популярностью у широкого круга читателей. Целевой аудиторией такой аудиокниги могут быть и женщины, и мужчины в возрасте от 14 до 65 лет и старше. Возраст, пол, место работы или учебы, семейное положение здесь практически не играют роли. Увлечения и перечисленные характеристики стоит выявлять

скорее только у представителей целевых групп. Например, это могут быть студенты филологических факультетов, которым необходимо более широко, чем в школе, рассмотреть тему природы в русской классической литературе. Или это могут быть школьники классов русской классической школы. Также это могут быть любители русской классики любых возрастов, которые благодаря нашему сборнику смогут открыть для себя новые произведения любимых авторов в интересном исполнении и окружении.

Таким образом, нашей целью мы видели формирование нетривиального аудиопродукта, который бы транслировал русский культурный код и привлекал широкую целевую аудиторию к просвещению и самопознанию через принадлежность к стране и ее культуре.

Так сформировался 1-й этап создания аудиокниги [7]: Создание задумки и концепции аудиокниги, определение ее типологии (особенно формирование четкого образа целевой аудитории), целей и задач издания.

Этап 2. Анализ и оценка рынка аудиокниг по соответствующей теме.

Проанализировав основные площадки размещения электронных книг, мы пришли к выводу, что озвучивание сборников рассказов – достаточно редкий формат. Более того, еще реже встречаются коллективные сборники (в основном озвучивают авторские сборники русских классиков, их единичные крупные произведения или несколько небольших, разных по жанру произведений), и среди них нет такого, который бы представлял тему природы Родины в творчестве нескольких авторов русской классической литературы.

Этап 3. Повторная проработка типологии и состава аудиоиздания.

Прорабатывается типология, состав, индивидуальные особенности книги. На данном этапе было решено добавить предисловие от составителя, которое настроило бы восприятие слушателя на нужную «волну».

Этап 4. Литературоведческий и редакторский анализ каждого произведения. Корректорская вычитка.

Литературоведческий анализ заключается в изучении истории создания текста, контекста; определении жанра анализируемого произведения; анализе сюжета, структуры, композиции; определении и анализе конфликта; анализе названия произведения; определении идеи, тематики, проблематики произведения; анализе образов персонажей, образа автора, его роли в произведении; анализе художественных деталей и авторских приемов. Редакторская работа предполагает рассмотрение произведения с точки зрения процесса художественного творчества автора, процесса эстетического восприятия читателем и рассмотрение произведения как объективно существующей системы. Последовательность притом такова: осмысление замысла автора; оценка актуальности замысла, возможность реализации его в данном содержании; анализ отдельных компонентов произведения – тематики, сюжета, речи персонажей и т.д. В рамках же корректорской вычитки необходимо подготовить тексты для чтецов: расставить ударения, проработать произношение сложных имен собственных и нарицательных, определить единообразие произношения похожих звуков и т.д.

Этап 5. Разработка названия, обложки аудиоиздания.

Чтобы «имя» издания стало необычным и завлекающим, могло так или иначе отразить те самые ощущения, чувства, эмоции, которые возникают у человека при созерцании природы, мы вычленили его из входящего в сборник произведения «Чужая рукопись»: «То удивительное, но плохо уловимое ощущение необыкновенного, о котором вы говорили». Оно непривычно большое, выражает ту самую загадочность природы и ее познания – и потому привлекает внимание и вызывает интерес.

Для обложки выбрали картину А.К. Саврасова «Закат над болотом» 1871 года. Этот загадочный и торжественный пейзаж отвечает концептуальным задачам нашего аудиопродукта и становится его неотъемлемым элементом. Также подобрали подходящие шрифты: для заголовка – Luka bold, для дополнительного текста – Roca Two Thin bold.

Этап 6. Подбор чтецов. Выбор формы исполнения и количества чтецов. Раскрытие особенностей аудиальной подачи и интерпретации текста.

На этом этапе редакторского анализа дается характеристика голосу чтеца, его возможностям, способности наделять речь персонажей индивидуальными

особенностями. Анализируется целесообразность этих особенностей и соответствие их характеристике, которую дает автор своим персонажам. Все это неразрывно связано с общей концепцией издания, ее читательским адресом и целевым назначением [4].

**Этап 7. Решение вопросов авторских и смежных прав.**

Важно учесть, что не все классические произведения непременно являются общественным достоянием. Этот вопрос регулирует Гражданский кодекс РФ [1], согласно которому должно пройти 70 лет со дня смерти автора (отсчет ведется со следующего года после его смерти), чтобы произведение стало предметом общественного достояния. Притом есть нюанс: если произведение было опубликовано после смерти автора, то отсчет в 70 лет идет со следующего года, после года его публикации.

В нашем случае было необходимо запросить разрешение на использование произведений «Речка моего детства» В.М. Пескова, «Дороги» И.С. Соколова-Микитова, «Чужая рукопись» К.Г. Паустовского. Мы нашли родственников-правообладателей и получили от них письменное разрешение на безвозмездную публикацию данных произведений в составе разработанного сборника на платформе «Литрес». Так как в качестве названия сборника мы использовали цитату К.Г. Паустовского, мы запрашивали также разрешение на использование цитаты в качестве названия.

Смежные же права, в нашем случае, регулируют использование голосов чтецов (озвученных ими произведений) и музыкального фрагмента-заставки. Со всеми такими участниками (чтецами, композиторами, звукорежиссерами и т.д.) также необходимо заключать договоры, которые будут регулировать в том числе использование их работы.

**Этап 8. Персональная работа с каждым актером озвучивания. Внесение режиссерско-редакторских и корректорских правок.**

**Этап 9. Запись. Корректорское и редакторское сопровождение.**

Здесь необходимо выбрать приложение для записи, оборудование и четко следить за процессом записи, чтобы сразу же перезаписывать «брэк» для минимизации работы во время дополнительной записи.

**Этап 10. Техническая обработка звукового материала. Редакторское и корректорское прослушивание. Перезапись, повторное прослушивание (при необходимости).**

**Этап 11. Завершение работ. Готовый продукт. Продвижение.**

Способы продвижения аудиоиздания. Одной из самых популярных площадок для продвижения каких-либо продуктов и услуг являются соцсети. Для продвижения аудиосборника мы выбрали «ВКонтакте» [6]. Но вне зависимости от площадки необходимо разработать стиль группы/аккаунта (цветовую гамму, шрифты, стиль/стили оформления постов и визуальных материалов) и его наполнение.

Типы контента для соцсетей:

Продающий: посты-знакомства с проектом и его участниками; видеобекстейджи и фотоотчеты.

Образовательный: посты об этапах производства аудиокниги, нюансах этого процесса и его участниках; посты-статьи об устройстве рынка аудиокниг, о состоянии отрасли в сегменте аудиокнигоиздания, литературном продюсировании, вопросах авторских прав в данном издательском сегменте.

Познавательный: посты о произведениях и авторах книги.

Развлекательный: развлекательные сторис, посты и рилсы на темы, связанные с аудиокнигами; подборки и рекомендации; опросы и розыгрыши.

Дополнительными методами продвижения аудиоиздания являются:

– распространение на электронных издательских платформах в качестве продукта самиздата или через издательства или агентства. Например, «Строки», «Букмейт», «Патефон», «Литрес», «Ридер»;

– распространение на сервисах типа «Бусти» (в случае ожидания монетизации) или на подкастинговых площадках типа «Яндекс Музыка», «ВКонтакте» (релевантнее в случае производства некоммерческого продукта);

- выход на кросс-медийный уровень – например, радиовещание аудиопродукта;
- организация тематических мероприятий, связанный с аудиокнигой;
- участие в конкурсах, ярмарках;

- реклама в соцсетях, в том числе платная, через различные СМИ и дружественные сообщества, блогеров и подкастеров;
- рассылка по библиотекам и т.д.

**Выводы.** Аудиоиздания привлекают все больше читателей благодаря легкому распространению, увлекательному контенту и постоянной доступности. Растут продажи аудиокниг в издательских сервисах и на площадках самиздата. Однако в Сети сложно найти четкий, распространенный алгоритм создания и продвижения аудиоиздания в медиапространстве, поэтому мы занялись его описанием в данной работе [2].

Так оптимальный алгоритм подготовки аудиосборника включает в себя следующие этапы: формирование задумки, концепции определение типологической характеристики будущего издания, проработка его ЦА; анализ и оценку рынка аудиокниг по соответствующей теме; повторную проработку типологии и состава аудиоиздания, его преимуществ; литературоведческий и редакторский анализ, корректорскую вычитку; разработку названия, обложки; подбор чтецов, выбор формы исполнения и количества чтецов; персональную работу с каждым актером озвучивания, внесение режиссерско-редакторских и корректорских правок; запись, корректорское и редакторское сопровождение; техническую обработку, редакторское и корректорское прослушивание, перезапись, повторное прослушивание (при необходимости); завершение работ, продвижение. Продвижение в свою очередь может включать: освещение истории создания аудиоиздания в соцсетях через посты-знакомства с участниками проекта, посты об этапах производства аудиокниги, посты о произведениях и авторах, вошедших в аудиоиздание, видеобекстейджи и фотоотчеты и т.д., а также методы «внешнего» распространения, а именно распространение на нескольких издательских платформах, выход на кросс-медийный уровень, организация тематических мероприятий, связанных с аудиокнигой и т. д. Все эти знания могут помочь создать качественный аудиопродукт и успешно его продвинуть.

#### **Список литературы:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: Часть четвертая: [от 18.12.2006 № 230-ФЗ, с изм. и доп. по состоянию на 13.07.2015]. – Текст: электронный // Справочная правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/> (дата обращения: 20.04.2024)
2. Издания. Основные виды. Термины и определения: ГОСТ 7.0.60-2020: введ. 18.09.2020. – URL: <https://lib.nsru.info/prof-info/docs/GOST%207.0.60-2020%20Издания.%20Основные%20виды.%20Термины%20и%20определения.pdf> (дата обращения: 20.11.2024). – Текст: электронный.
3. Как создаются аудиокниги? И другие вопросы Диктор Павел Константиновский. – Текст: электронный // Литмаркет: сайт. – URL: <https://litmarket.ru/blogs/vopros-2> (дата обращения: 20.11.2024)
4. Калинчесенко, Н.В. Интонация как средство выразительности в звучащем художественном тексте / Н.В. Калинчесенко. – Текст: непосредственный // Преподаватель XXI века: фундаментальная наука вузам. – 2013. – Вып. № 1. – С. 328-331
5. Карайченцева, С.А. Книговедение: литературно-художественная и детская книга: учеб. пособие / С.А. Карайченцева. – Москва: Моск. гос. ун-т печати, 2004 (ИПК МГУП). – 423 с. – Текст: непосредственный.
6. лит.продюсер: официальная страница в социальной сети «ВКонтакте». – 2024. – URL: <https://vk.com/lit.producer> (дата обращения: 20.04.2024)
7. Лобин, А.М. Проектирование и анализ концепции книжного издания: учеб. пособие / А.М. Лобин, М.В. Миронова // Ульяновск: Ульяновский гос. технический ун-т, 2009. – 110 с. – Текст: непосредственный.
8. Рослый, А.С. Современные медиа и запрос на классический канон / А.С. Рослый. – Текст: непосредственный // Практики и интерпретации: журнал филологических, образовательных и культурных исследований. – 2022. – Вып. № 36. – С. 84-97
9. Сто раз услышать: рынок аудиокниг в 2024 году вырастет в полтора раза. – Текст: электронный // Известия: сайт. – URL: <https://iz.ru/1679632/katerina-alabina/sto-raz-uslyshat-gynok-audioknig-v-2024-godu-vyrastet-v-poltora-raza> (дата обращения: 20.11.2024)

10. То удивительное, но плохо уловимое ощущение необыкновенного, о котором вы говорили: аудиокнига. – Текст: электронный // Литрес: цифровой сервис электронных и аудиокниг. – URL: <https://www.litres.ru/audiobook/aleksandr-kuprin-iva/to-udivitelnoe-no-ploho-ulovimoe-oschuschenie-neobykn-70985995/> (дата обращения: 20.11.2024)

11. Тренды книжной индустрии: что читают в России. – Текст: электронный // Moscow daily news: сайт. – URL: <https://www.mn.ru/smart/rossiyane-otkazyvayutsya-ot-knizhnyh-magazinov-v-pol-zu-marketplejsov-kakie-zhanry-stali-samymi-populyarnymi-i-chto-pochitat-iz-novogo-v-2024-godu> (дата обращения: 20.11.2024)

**УДК 070**

## **ТЕОРИЯ ПОВЕСТКИ ДНЯ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ КРЫМСКИХ СМИ**

**Лепина Лада Станиславовна,**

старший преподаватель

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Шиш Арина Александровна,**

студентка 3 курса направления подготовки «Журналистика»  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию теории повестки дня в контексте массовой коммуникации на примере крымских средств массовой информации. В ней рассматриваются исторические истоки и эволюция концепции. Особое внимание уделяется трансформации теории в условиях цифровизации медиа. В ходе исследования анализируется новостная повестка ведущих крымских СМИ, выявляются особенности отбора и подачи контента, а также взаимодействия с аудиторией. Подчеркивается важность осмыслиения механизмов влияния СМИ на формирование общественного мнения. Учитывается смена приоритетов в использовании каналов массовой коммуникации и особенности медиапотребления. Полученные результаты подтверждают актуальность теории повестки дня в современном медиапространстве и демонстрируют необходимость адаптации классических моделей к новым условиям информационного общества.

**Ключевые слова:** теория повестки дня, массовая коммуникация, крымские СМИ, медиаисследования, цифровая трансформация, общественное мнение, новостная повестка.

**Annotation.** The article is dedicated to the study of the agenda-setting theory in the context of mass communication, using the example of Crimean mass media. The historical origins and evolution of the concept are examined. Special attention is paid to the transformation of the theory in the context of media digitization. The study analyzes the news agenda of leading Crimean media outlets, identifying the specifics of content selection and presentation, as well as audience interaction. The importance of understanding the mechanisms of media influence on public opinion is emphasized. The changing priorities in the use of mass communication channels and the specifics of media consumption are also taken into account. The results obtained confirm the relevance of the agenda-setting theory in the modern media landscape and demonstrate the need to adapt classical models to the new conditions of the information society.

**Key words:** agenda-setting theory, mass communication, Crimean mass media, media studies, digital transformation, public opinion, news agenda.

**Постановка проблемы.** Теория повестки дня (agenda-setting theory) занимает одно из центральных мест в современных медиаисследованиях, поскольку объясняет, как средства массовой информации влияют на восприятие и интерпретацию событий и явлений в общественном сознании. В условиях информационного перегруза и растущей роли медиа в формировании общественного мнения, изучение механизмов этой теории становится особенно актуальным. С развитием цифровых технологий и социальных сетей, влияние медиа на аудиторию становится все более многофакторным и сложным для анализа.

Вместе с тем, традиционные подходы к теории повестки дня, сформировавшиеся в контексте классических СМИ, требуют адаптации к новым условиям информационного общества. В частности, появляется необходимость учета новых медиаканалов, таких как онлайн-платформы, социальные сети и блоги, которые также влияют на формирование общественного мнения. Кроме того, взаимодействие аудитории с медиа становится более интерактивным, что меняет саму природу формирования повестки дня.

В этом контексте возникает проблема адаптации классических моделей теории повестки дня к современным условиям, а также выявления новых механизмов и факторов, влияющих на формирование общественного мнения. Исследование данной проблемы актуально не только с теоретической точки зрения, но и с практической, поскольку позволяет глубже понять, как медиа формируют общественные настроения и поведение в условиях цифровой трансформации.

Целью настоящего исследования является анализ зарождения, развития и трансформации теории повестки дня в контексте современных медиа, а также изучение ее современного применения на примере крымских СМИ. В частности, предполагается исследовать исторические истоки и эволюцию теории повестки дня, проанализировать основные механизмы ее реализации в условиях цифровой трансформации медиапространства и провести эмпирическое исследование новостной повестки ведущих крымских СМИ.

**Изложение основного материала.** Теория повестки дня берет свое начало в работах Уолтера Липпмана, американского журналиста и общественного деятеля, который в своей книге «Общественное мнение» (1922) утверждал, что средства массовой информации играют важную роль в формировании восприятия мира у аудитории. Липпман ввел термин «повестка дня» для описания того, как медиа определяют, какие темы и проблемы считаются важными и заслуживают внимания общественности. В своей работе он писал, что в большом мире, полном шума и суеты, мы выделяем то, что уже определено нашей культурой, и склонны воспринимать это в той форме, которую для нас стереотипизировала наша культура [6].

В середине XX века теория повестки дня получила дальнейшее развитие в работах других исследователей, таких как Макс Маккомбс и Дональд Шоу. Маккомбс и Шоу предположили, что если массмедиа не могут внушить людям «что думать» (т. е. повлиять на их установки), то могут подсказать «о чем думать», т.е. навязывать значимость общественных событий. Они провели ряд экспериментов, которые показали, как медиа могут влиять на восприятие аудиторией определенных тем и проблем. Один из экспериментов был посвящен изучению избирателей в городе Чапел-Хилл (Северная Каролина, США) во время президентских выборов 1968 года. Исследование показало, что темы, которые активно освещались в СМИ (например, безопасность, расовые вопросы, экономика), воспринимались избирателями как более важные, даже если они не были первоначально важными для них. Это продемонстрировало, что медиа могут навязывать аудитории определенные темы, которые она должна считать важными [8].

Таким образом, основные положения теории повестки дня заключаются в том, что медиа определяют, какие темы и проблемы считаются важными, и тем самым формируют общественное мнение. Это происходит через несколько механизмов: селекция, усиление и установление повестки дня. Селекция: медиа выбирают определенные темы и проблемы для освещения, тем самым определяя, какие из них станут важными для аудитории. Усиление: даже если аудитория изначально не была заинтересована в определенной теме, после освещения ее в медиа она может стать более важной и обсуждаемой. Установление повестки дня: медиа могут устанавливать повестку дня, определяя, какие темы и проблемы станут важными для обсуждения.

В XXI веке теория повестки дня продолжает развиваться и адаптироваться к новым условиям информационного общества. Традиционно теория повестки дня фокусировалась на влиянии СМИ на общественное мнение через отбор и представление информации. Однако с развитием цифровых технологий и социальных медиа понятие повестки дня расширилось. Теперь оно включает в себя не только традиционные СМИ, но и онлайн-платформы, блоги, социальные медиа и другие источники информации, которые могут влиять на формирование общественного мнения. С развитием цифровых технологий и социальных сетей медиа также получили новые инструменты для воздействия на аудиторию, такие как алгоритмы персонализации контента и таргетированная реклама. В то же время интерактивные формы взаимодействия с аудиторией позволяют точнее выстраивать взаимоотношения СМИ и общества, а гражданам участвовать в формировании повестки дня различных медиаресурсов.

По данным исследования российской платформы по работе с блогерами Perfluence, 45% пользователей, потребляющих новостной контент в соцсетях, рассказали, что за последний год стали чаще следить за новостной повесткой, а 34% поделились, что активно следили за новостями, если поднималась остроСоциальная тема. За год с января 2023 года по декабрь 2024 года на сервисе количество запросов о теории формирования повестки дня увеличилось с 400 до 744 [1]. Обычного гражданина все больше интересует вопрос, почему именно конкретная сводка новостей является наиболее значимой, нежели другие темы в масс-медиа.

Теория повестки дня не лишена критики. Некоторые исследователи утверждают, что она недооценивает роль других факторов, влияющих на общественное мнение, таких как личный опыт и социальные связи [7]. Также критикуется упрощенное понимание механизмов воздействия медиа на аудиторию, так как теория повестки дня имеет свои ограничения и может быть дополнена другими подходами, такими как фрейминг [4].

В ходе эмпирического исследования повестки дня был проведен анализ и сравнение новостного контента ведущих крымских СМИ: сетевого издания «Комсомольская правда» [5], информационного агентства «РИА Крым» [2] и сетевого издания «Информационный портал “Крым 24”» [3]. Оценка происходила по следующим критериям: основные темы для освещения; периодичность выхода новостей (количество вышедших материалов в день); форматы донесения информации; а также формы взаимодействия с аудиторией.

Для анализа повестки была взята неделя с 6 января 2025 года по 12 января 2025 года. За этот промежуток времени у издания «Комсомольская правда» было выпущено 112 новостных заметок, из которых 70 были посвящены социальной тематике (например, новость за 6 января 2025 года «В Алуште готовы помогать отмывать птиц от нефти»), 29 – на политическую тему и 13 новостей, связанных с сферой экономики, здравоохранения, а также различные сводки, статистические и справочные материалы (количество пожаров за месяц), погода и топы (например, топ лучших елок по Крыму).

В целом – аудитория данного издания интересуется бытовыми проблемами и социальными вопросами. Повестка дня выстраивается таким образом, что в начале выпускается новость о погоде, затем выходят материалы, связанные с социальными вопросами (новость об уровне загрязнения мазутом, отключение воды или света), после чего – сводки происшествий (например: количество потушенных пожаров на 11 января 2025 года), 1-2 новости, связанные с политикой и специальной военной операцией (новости о сбитых дронах, работе ПВО) и «разгрузочный» материал (например: «Бездомный кот Ерофея обрел семью»).

У информационного агентства «РИА Крым» на социальную тему 171 сообщение, на политическую – 160, а новостей на другую тематику (экономические, здравоохранения, ежедневная информация о погоде, праздниках, топы, статистика) – 59. В политической тематике есть отдельные новости о ходе СВО, политической ситуации в Крыму, России и мире. Также ежедневно выходят публикации о ситуации на Крымском мосту и новости со статистическими данными, на протяжении всего дня выпускаются «разгрузочные» материалы с интересными фактами, полезными лайфхаками.

На информационном портале «Крым 24» самая популярная тема – социальная, 102 новостных сюжета, за ней следуют такие темы, как: культура, экономика, спорт и здравоохранение – 52 новости и политика – 20 сообщений. Большую часть повестки

составляют материалы о социальных проблемах, присутствует как минимум одна политическая новость, информация со статистическими данными и материал, связанный с культурой, спортом или экономикой.

Во всех трех анализируемых местных СМИ прослеживается следующее: самый большой объем новостей направлен на освещение социальных проблем региона. В ежедневной новостной ленте присутствует блок, посвященный специальной военной операции. Также в каждом СМИ в политической тематике рассматривается не только ситуация в Крыму, но и события в России в целом. Мировые события освещались только в информационном агентстве «РИА Крым».

Периодичность выхода новостей: самое большое количество новостей выпускает информационное агентство «РИА Крым» – от 40 до 70 в день. Новости обновляются каждые 5-15 минут, до 5 новостей в час. На втором месте информационный портал «Крым 24» с 30 до 70 новостей в день. Новостные выпуски выходят каждый час с 5 утра. В издании «Комсомольская правда» новости выходят с 6-7 утра, с частотой до 5 в час. В день выходит до 30 информационных сообщений.

Все СМИ присутствуют в социальных сетях и мессенджерах, и активно продвигают новостную повестку среди своей целевой аудитории в различных форматах. Текстовый формат преобладает у «Комсомольской правды», а у информационного портала «Крым 24» текст дополняет видеоформат. У всех СМИ присутствует аудиоформат (радио.) У информационного агентства «РИА Крым» и «Крым 24» также имеются подкасты в группе «ВКонтакте». В связи с популярностью вертикального короткого видео у «РИА Крым» и «Крым 24» в группе «ВКонтакте» активно выкладываются ВК-клипы. Фотографии также присутствуют во всех выбранных для исследования СМИ.

Наиболее активное взаимодействие с аудиторией происходит у издания «Комсомольская правда». Газета на всех своих площадках устраивает интерактивы и конкурсы. Есть возможность связаться по мобильному телефону для освещения определенной темы или для разговора на радио. Открыты комментарии в Телеграм-канале и группе «ВКонтакте». Присутствует возможность оформить подписку, что также представляет собой один из вариантов взаимодействия с аудиторией.

На сайте «РИА Крым» также можно купить подписку для прочтения эксклюзивных статей и материалов. Информационное агентство имеет открытые комментарии в Телеграм-канале и группе «ВКонтакте». Так как у «РИА Крым» есть радио, также как и у газеты «Комсомольская правда», соответственно, есть возможность взаимодействовать с СМИ через звонки в редакцию во время прямого эфира.

Наименее активно в социальных сетях взаимодействует с аудиторией «Крым 24». У портала закрыты комментарии в Телеграм-канале. Для связи можно написать на почту или позвонить во время телевизионного эфира.

**Выводы.** Проведенное исследование подтверждает рост интереса общества к механизмам формирования повестки дня. Это свидетельствует о том, что аудитория осознает важность влияния медиа на свою жизнь и стремится лучше понимать эти механизмы.

Развитие цифровых технологий и социальных сетей усиливает значимость теории повестки дня, хотя и снижает монополию СМИ в этом процессе. Новые каналы коммуникации становятся мощными инструментами воздействия на общественное сознание. Исследование демонстрирует необходимость адаптации классических моделей к современным условиям через интерактивное взаимодействие с целевой аудиторией. Анализ новостной повестки в ведущих крымских СМИ выявил методы их работы, в том числе в социальных сетях, ключевые темы и проблемы, привлекающие внимание общественности. Не смотря на разнообразие форматов, в социальных медиа и Телеграм-каналах формируется повестка дня, идентичная контенту на официальных сайтах.

Проведенное исследование подтверждает теорию повестки дня на нескольких уровнях: ведущие крымские СМИ целенаправленно выбирают определенные темы для освещения, так называемую селекцию – формируя таким образом общественную повестку. Например, значительное внимание уделяется социальным проблемам региона, что подчеркивает важность этих вопросов для местной аудитории.

Анализ показал, что медиа используют прием усиления и установления, что формирует иерархию важности тем, выделяя одни вопросы как более значимые, чем другие. Это подтверждается периодичностью выпуска новостей и количеством материалов, посвященных различным темам, выделением их в специальные рубрики и разделы.

Таким образом, исследование демонстрирует, как теория повестки дня реализуется на практике в контексте крымских СМИ подтверждая ее актуальность и значимость в современном медийном пространстве.

**Список литературы:**

1. Биржа блогеров Perfluence: сайт. – 2025. – URL: <https://perfluence.net/> (дата обращения: 25.01.2025)
2. Информационное агентство «РИА Крым»: сайт. – 2025. – URL: <https://crimea.ria.ru/> (дата обращения: 22.01.2025)
3. Информационный портал «Крым 24»: сайт. – 2025. – URL: <https://crimea24tv.ru/> (дата обращения: 28.01.2025)
4. Казаков, А.А. Теория установления повестки дня: основные подходы и направления исследования в российской политической науке / А.А. Казаков // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. – 2014. – № 3. – С. 41-56
5. Комсомольская правда в Крыму: сайт. – 2025. – URL: <https://www.crimea.kp.ru/> (дата обращения: 18.01.2025)
6. Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман; Пер. с англ. Т.В. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 312 с.
7. Черных, А. Мир современных медиа: монография / А. Черных. – Москва: ИД Территория будущего, 2007. – 312 с.
8. McCombs, M.E. The agenda-setting function of mass media / M.E. McCombs, D.L. Shaw // Public Opinion Quarterly. – 1972. – Vol. 36, № 2. – P. 176-187

УДК 7.047+711.5

**КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ АКАДЕМИИ ТВОРЧЕСКИХ  
ИНДУСТРИЙ «МЕГАНОМ» (Г. СУДАК) НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА СКВЕРА  
ВОЗЛЕ ГОСТЕВОГО ЦЕНТРА**

**Лучаева Анна Юрьевна,**  
старший преподаватель

Институт «Таврическая академия»

Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Вишневский Станислав Олегович,**  
кандидат биологических наук, доцент

Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Терентьева Ксения Константиновна,**  
помощник ландшафтного архитектора  
Компания «Garden City» (г. Симферополь)

**Аннотация.** В статье рассматривается концепция развития территории Академии творческих индустрий «Меганом» (г. Судак) на примере проекта организации сквера Гостевого центра. Концепция направлена на формирование комфортных условий для отдыха и взаимодействия участников образовательных заездов. Проект сквера учитывает региональные природные, культурно-исторические и хозяйствственные особенности территории, а также современные тенденции ее развития. Проектные решения формируют самобытную культурную и смысловую значимость территории, что в свою

очередь, может привлечь большее внимание гостей Академии творческих индустрий «Меганом». Работа выполнена в рамках государственного задания FZEG-2024-0006 «Формирование устойчивой системы зеленых насаждений Арт-кластера «Таврида» (Юго-Восточный Крым)».

**Ключевые слова:** Академия творческих индустрий «Меганом», Арт-Таврида, арт-кластер, арт-пространство, сквер, комфортная среда.

**Annotation.** The article discusses the concept of the development of the territory of the Academy of Creative Industries "Meganom" (Sudak) on the example of the project of the organization of the park of the Guest Center. The concept is aimed at creating comfortable conditions for recreation and interaction of participants in educational races. The design of the park takes into account the regional natural, cultural, historical and economic features of the territory, as well as current trends in its development. Design solutions form the distinctive cultural and semantic significance of the territory, which in turn can attract more attention from the guests of the Meganom Academy of Creative Industries. The work was carried out within the framework of the state task FZEG-2024-0006 "Formation of a sustainable system of green spaces in the Tavrida Art Cluster (Southeastern Crimea)".

**Key words:** Academy of Creative Industries "Meganom", Art Taurida, art cluster, art space, square, comfortable environment.

**Постановка проблемы.** Реализуемый при поддержке Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь) проект арт-кластера «Таврида» входит в федеральный проект «Социальная активность» национального проекта «Образование». История арт-кластера «Таврида» берет начало в 2015 году с получения статуса Всероссийского молодежного образовательного форума. За прошедшие годы проект трансформировался в единую экосистему, объединяющую различные проекты, направленные на реализацию творческого и профессионального потенциала молодых деятелей культуры и искусств.

Целью работы является формирование системы зеленых насаждений с учетом сложных почвенно-климатические условий территории, учитывающей визуальные характеристики окружающих природных ландшафтов.

**Изложение основного материала.** Академия «Меганом» в составе экосистемы «Таврида-Арт» – концептуально новая образовательная среда для представителей культуры, искусства и творческих индустрий, которая позиционируется как первый в мире молодежно-просветительский курорт, направленный на выявление и поддержку талантливой молодежи в России [8]. Организатором Академии является Автономная некоммерческая организация «Центр развития культурных инициатив» (АНО ЦРКИ) [11, С. 160].

Ландшафтное проектирование территории базируется на природных ландшафтных особенностях местности. Академия творческих индустрий «Меганом» расположена в юго-восточной части территории Арт-кластера Таврида, на берегу Капсельской бухты к востоку от г. Судак. Побережье Капсельской бухты ограничено на западе мысом Алчак-Кая, на востоке – мысом Меганом. Протяженность бухты по морю составляет около 5 километров, по берегу – 6,5 км. В сушу бухта вдается на 1500 метров. Бухта Капсель довольно мелководна, поэтому море прогревается быстро [7, С. 227].

Климат Капсельской бухты характеризуется как переходный от средиземноморского к умеренному и относится к типу засушливого и очень засушливого с жарким летом и мягкой зимой. Капсельская бухта и территория арт-кластера «Таврида» расположены в пределах Юго-восточного приморского агроклиматического района. Основными ограничивающими факторами для зеленого строительства являются высокие температуры воздуха летом, крайне малое количество осадков в вегетационный период, высокая инсоляция, высокая повторяемость сильных ветров и перенос соленых аэрозолей с моря на территорию проектирования [3, С. 126; 4, С. 207].

В рельфе территории объекта лежит в пределах абразионно-денудационной низменности на осадочных разновозрастных отложениях с коричневыми засоленными почвами под полупустынными полынно-типчаковыми степями. На склонах окружающих гор развиты саваноиды – специфический тип растительности с преобладанием эфемеров и эфемероидов без участия дерновинных и узколистных злаков. Более 50%

флористического состава составляют однолетники, вегетирующие весной и осенью [3, С. 126; 10, С. 158].

Территория проектируемого сквера занимает северо-восточную часть Академии творческих индустрии «Меганом», в непосредственной близости от въездной зоны, включающей контрольно-пропускной пункт № 2, гостевые автостоянки и Гостевой центр Академии. [8]. К юго-западу от территории сквера расположены жилые корпуса и творческие мастерские, где проживают и занимаются участники образовательных заездов.

Сквер Гостевого центра призван выполнять не только декоративно-эстетические функции, но формировать комфортную рекреационную зону для посетителей всех возрастов.

Средообразующие функции на территории сквера выполняют проектируемые зеленые насаждения, которые формируют комфортные микроклиматические условия, снижают уровень шума, а также благоприятно влияют на психологическое состояние участников образовательных заездов.

Особую роль в проектировании территории должны играть видовые раскрытия на природные и природно-антропогенные ландшафты Капсельской бухты, во многом сохранившие до настоящего времени свой уникальный аутентичный облик побережья Юго-Восточного Крыма, узнаваемый по акварелям и стихам М. Волошина, живописным полотнам И.К. Айвазовского, И.А. Вельца, гравюрам и рисункам Е.М. Корнеева.

Территория проектируемого сквера в настоящее время имеет выровненный рельеф, с перепадом высот в северо-западной части, где организована насыпь вдоль парковки. Данные факторы позволяют воплощать нестандартные решения по развитию территории сквера с учетом современного характера использования территории и молодежного контингента пользователей (рис. 1).



**Рисунок 1. Территория проектирования**

Концепция сквера предусматривает в функциональной структуре современный молодежный характер использования территории и получила название «Сердце Тавриды» (рис. 2).



**Рисунок 2. Генеральный план**

Проектом предусмотрено создание зон тихого отдыха, культурно-массовых и культурно-просветительных мероприятий.

Инсталляция, символизирующая «Сердце Тавриды» является композиционным центром сквера (рис. 3). Натуралистичный, анатомический образ сердца позволяет уйти от стандартного восприятия и представляет идеологию архитектурной бионики и артхауса, символизирует идеи любви к природе и современной архитектуре.



**Рисунок 3. Визуализация арт-объекта «Сердце Тавриды»**

На площадке вокруг инсталляции расположена зона с удобными скамьями и периметральным озеленением, для комфортного единовременного пребывания большого количества участников заездов или посетителей. Если посмотреть на это сооружение в плане, то легко угадывается очертание сердца в форме площадки (рис. 4).



**Рисунок 4. Фрагмент площадки с арт-объектом «Сердце Тавриды»**

На территории сквера предложено возведение современного здания выставочного центра, на первом этаже которого будет организован музей современного искусства, включающий выставочное пространство для демонстрации различных экспозиций, проведения шоу живых полотен, световых и музыкальных шоу, других массовых мероприятий.

Данное проектное решение призвано объединить элементы искусства, развлечений и культуры, предлагая посетителям уникальные визуальные впечатления и возможность погружения в мир современного искусства. В качестве экспозиций музея могут выступать, как произведения участников заездов, так и личная коллекция экспонатов Тавриды-Арт [5, С. 34].



**Рисунок 5. Эксплуатируемая кровля выставочного центра**

На эксплуатируемой кровле выставочного центра, проектом предусмотрено расположение зоны отдыха со смотровой площадкой, оборудованной современными биноклями. В темное время суток здесь можно любоваться звездным небом (рис. 5). Для безопасности посетителей на смотровой площадке предусмотрено безрамное стеклянное ограждение.

Контейнерное озеленение площадки гармонично сочетается с окружающими ландшафтами и современной архитектурой [6, С. 211].

На территории сквера предусмотрена организация зеленых кабинетов для коворкинга, оборудованных сетью Wi-Fi и удобными МАФ (рис. 6).



**Рисунок 6. Зона коворкинга**

Проектным предложением предусмотрено размещение мобильной трансформер-библиотеки, модули которой при необходимости могут быть собраны в единый комплекс. Центром этого пространства является арт-объект световая колонна с высеченной в металле надписью «Таврида Арт – здесь рождается искусство», переведенной на 7 языков мира (рис. 7). Колона сохраняет декоративность не только в темное время суток, но и днем благодаря солнечному свету. В поддержание идеи «Сердца Тавриды», в зоне мобильной библиотеки, установлены скамьи с колоннами красного цвета.



**Рисунок 7. Световая колонна «Таврида Арт – здесь рождается искусство»**

В юго-восточной части сквера расположился современный кинотеатр под открытым небом. В центральной части кинотеатра запланирован большой амфитеатр, на котором, смогут разместиться одновременно большое количество посетителей академии. Обрамляет кинотеатр большой цветник из злаков (рис. 7).



**Рисунок 8. Визуализация кинотеатра**

В соответствии с планировочным решением для каждой из зон были предусмотрены к высадке как стабильно декоративные культуры (что обусловлено круглогодичным использованием территории), так и декоративно-цветущие культуры, для создания ярких акцентов в весенний и летний период, когда территория максимально востребована [9, С. 72].



**Рисунок 9. Визуализация зон озеленения**

Декоративные свойства предложенных для озеленения сквера культур наиболее подходят для отражения общей концепции территории (рис. 9).

Проектом предусмотрена высадка на территории сквера древесно-кустарниковых растений, относящихся к 26 видам, с условием частичной или полной замены грунта в посадочной яме. Из предложенного для озеленения ассортимента 2 вида внесены в Красную книгу и имеют охранный статус: Сосна пицундская (*Pinus brutia* var. *pityusa* (Steven) Silba), Прутняк обыкновенный (*Vitex agnus-castus* L.). Bieb). Использование этих видов в озеленении не нарушает аутентичного облика ландшафтов Юго-Восточного Крыма и является одним из путей сохранения биоразнообразия.

Древесные массивы и древесно-кустарниковые группы приурочены к местам отдыха и транзитного движения и формируют комфортные теневые условия для посетителей, особенно в летний период.

Насаждения расположены с учетом различного сочетания форм, высоты и колористических сочетаний, таким образом, вся территория сквера будет гармонично вписываться в окружающую среду, придавая максимальную декоративность проектируемому скверу.

**Выводы.** Комплексным предпроектным анализом территории выявлено, что основным ограничивающим фактором для создания устойчивых зеленых насаждений на территории арт-кластера «Таврида» является комплекс почвенно-климатических условий территории проектирования.

Проект сквера возле Гостевого центра предусматривает организацию зон культурно-массовых мероприятий, культурно-просветительских мероприятий и тихого отдыха. В концепции сквера предусмотрено размещение на территории авторских Арт-объектов и инсталляций.

Композиция древесно-кустарниковых насаждений учитывает сложные почвенно-климатические условия территории, сохраняет видовые раскрытия и учитывает визуальные характеристики окружающих природных ландшафтов. Для озеленения территории проектом предусмотрена высадка хвойных и лиственных деревьев и кустарников, относящихся к 26 видам, с условием частичной или полной замены грунта в посадочной яме.

#### **Список литературы:**

1. 59.13330.2016 СП «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения» (Приказ Минстроя России от 14 ноября 2016 г. № 798/пр). – URL: <https://www.minstroyrf.gov.ru/upload/iblock/8a0/sp-59.pdf> (Дата обращения 10.05.2024)
2. Агроклиматический справочник по Автономной Республике Крым (1986-2005 гг.). – Симферополь: Таврида, 2011. – 343 с.
3. Багрова, Л.А. География Крыма / Л.А. Багрова, В.А. Боков, Н.В. Багров. – Киев: Лыбидь, 2001. – 302 с.
4. Крайнюк, Е.С. Полуостров Меганом: оценка современного уровня фиторазнообразия / Е.С. Крайнюк, Л.Э. Рыфф // Заповедники Крыма на рубеже тысячелетий: Материалы Республиканской конференции, Симферополь, 27 апреля 2001 года. – Симферополь: Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, 2001. – С. 205-210

5. Краснощекова, Н.С. Формирование комфортной среды мест массового отдыха (Обзор) / Н.С. Краснощекова // Гос. ком. по гражд. стр-ву и архитектуре при Госстрое СССР. Центр науч.-техн. информации по гражд. стр-ву и архитектуре. – Москва: [ЦНТИ по гражд. стр-ву и архитектуре], 1974. – 47 с. ил.; 21. – (Серия «Градостроительство»)
6. Крис ван Уффелен. – Ландшафтная архитектура / Крис ван Уффелен. – М.: МАГМА, 2010. – 456 с.
7. Миронова, Л.П. Состояние и степень изученности флористического разнообразия приоритетных территорий Юго-Восточного Крыма / Л.П. Миронова, В.Г. Шатко // Материалы III научной конференции «Заповедники Крыма: Заповедное дело, биоразнообразие, экообразование». – Симферополь, 2005. – С. 225-231
8. Официальный сайт арт-кластера «Таврида», АНО ЦРКИ 2024: сайт. – URL: <https://tavrida.art/academy> (Дата обращения 18.05.2024)
9. Сокольская, О.Б. Ландшафтная архитектура: специализированные объекты / О.Б. Сокольская, В.С. Теодоронский, А.П. Вергунов. – М., Издательский центр «Академия», 2007. – 224 с.
10. Шатко, В.Г. Конспект флоры полуострова Меганом в Юго-восточном Крыму / В.Г. Шатко, Л.П. Миронова // Бюллетень Главного ботанического сада. – 2012. – № 1 (198). – С. 29-46
11. Ярославцева, А.В. Специфика образовательных услуг в сфере креативных индустрий на примере академии «Меганом» / А.В. Ярославцева // Государство и гражданское общество: уровень доверия, направления и эффекты коммуникаций в новых условиях: Всероссийская научно-практическая конференция: сборник научных трудов, Ульяновск, 30 ноября – 01 декабря 2023 года. – Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2023. – С. 157-163

**УДК 364-3/-78**

## **ВЛИЯНИЕ МОТИВОВ SPACE AGE НА ЗАПАДНУЮ МОДУ 60-Х-70-Х ГОДОВ**

**Мизрахи Мария Васильевна,**  
кандидат культурологии, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Устиновская Диана Дмитриевна,**  
студентка 3 курса специальности «Культурология»  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Статья исследует влияние эпохи космических исследований, известной как Space Age, на западную моду 1960-х и 1970-х годов. В этот период мода претерпела значительную трансформацию, отражая культурные, технологические и социальные изменения, вызванные гонкой за освоение космоса. Основное внимание уделяется новым материалам, формам и эстетическим концепциям, вдохновленным космическими достижениями и научной фантастикой.

**Ключевые слова:** космическая эра, мода, space age, западная мода, космическая эстетика.

**Annotation.** This article explores the impact of the space exploration era, known as the Space Age, on Western fashion of the 1960s and 1970s. During this period, fashion underwent a significant transformation, reflecting the cultural, technological and social changes brought about by the race for space exploration. The focus is on new materials, shapes, and aesthetic concepts inspired by space exploration and science fiction.

**Key words:** space age, fashion, space age, western fashion, space aesthetics.

**Постановка проблемы:** Период 60-х и 70-х годов стал одной из самых ярких и амбициозных эпох в истории человечества, когда стремление к освоению космоса обретало не только практическое значение, но также имело значительное художественное и культурное воздействие. Концепция Space Age, возникшая на фоне космических одиссеев и технологических прорывов, оказала большое влияние и на моду. Однако до сих пор многие аспекты взаимосвязи культурных практик космической эпохи и моды остаются недостаточно изученными. Оговоримся, что при планировании космической экспедиции одежда всегда играет важную роль. «Брэдли Куинн даже высказал мысль, что одежда не просто сопутствовала человеку в космических полетах, а сделала исследование космоса возможным, отметив, что «за счет устройства космического скафандра одежда позволила нам... проникнуть в такие пространства, о которых мы раньше не могли и думать» (Quinn 2002: 3). Космический скафандр дает человеку возможность пережить в космосе то, чего он никогда не смог бы почувствовать на борту космического корабля.» [1, С. 6]. Благодаря скафандрам (в особенности скафандрам нового поколения Extravehicular Mobility Units, или EMU) космонавты могут покидать космический корабль, выходить в открытый космос и совершать ряд действий за пределами космического корабля, при этом оставаясь привязанным к нему с наружной стороны. «Космонавт Крис Хэдфилд (Hadfield 2014), на которого огромное впечатление произвело то, что он смог увидеть в космосе благодаря своему скафандру, описывает выход в открытый космос как «самое необыкновенное», что он испытал за время космического полета» [1, С. 8-9].

**Изложение основного материала.** 1960-е годы были временем больших перемен во многих сферах, в том числе и в моде. Космическая эра вдохновила на создание неповторимого стиля, отражающего увлечение человечества освоением космоса. Пока люди наблюдали за полетами астронавтов, модельеры создавали смелые футуристические образы, отражающие это воодушевление.

Space Age – период, охватывающий деятельность, связанную с космической гонкой, освоением космоса, космическими технологиями и культурным развитием, на которое повлияли эти события, начиная с запуска Спутника 14 октября 1957 года.

1960-е годы стали временем, когда традиционный образ женщины как хранительницы домашнего очага утратил свою актуальность. Все человечество стало мечтать об освоение космоса, чуть ли ни каждый день стали происходить новые открытие в сфере науки и технического прогресса. Это не могло не отразиться на всех сферах жизни человека и в результате этого возникло новое направление в мире моды под названием space age. Хоть и первоходцами в космических исследованиях и достижениях были США и СССР, но в сфере дизайна одежды именно французы стали создателями эстетики, которая сегодня мы обозначаем как «ретрофутуризм».

Дизайнеры и модные дома активно черпали вдохновение в представлениях о будущем, что находило свое выражение в использовании необычных форм, ярких цветов и новых, ранее используемых в инженерии материалов. Прямые линии, геометрические фигуры, яркие цвета и минималистичный дизайн стали основными характеристиками космической эстетики. Как отмечает Барбара Брауни, многие модельеры черпали идеи из костюмов, разработанных для астронавтов. Она подчеркивает, что материалы, применяемые в космических костюмах, начали оказывать влияние на моду. Например, нейлон и другие синтетические ткани приобрели популярность не только благодаря своей легкости и прочности, но и за счет блеска, который придавал одежде эффектный и футуристический вид [1]. Множество коллекций одежды обогащалось элементами, имитирующими космические скафандры, включая блестящие ткани и аэродинамические силуэты.

Родоначальником space age как мотива в одежде ready-to-wear стал Андре Курреж [4]. Одежда Куррежа отличалась графичными формами, кропотливой работой над краем и деталями. Его вещи не стремились подчеркивать феминные формы и противоречили стандартам женственности 1950-х. Они, напротив, делали женщину похожей на монументальную инсталляцию из будущего. Он ввел в моду мини-юбки, платья-трапеции и комбинезоны, напоминавшие костюмы астронавтов. Каждый образ он создавал для так называемой «лунной девушки», которую сам и придумал. «Девушка, по задумке Куррежа, должна была ходить по Луне в лаконичных платьях мини, узких брюках,

коротких куртках и туниках» [6]. Космический портрет завершали шляпы-шлемы, огромные солнцезащитные очки и ботинки с пластиковыми вставками на плоской подошве. Цвета коллекции – белый, бледно-розовый, голубой – напоминали о космическом холде и звездных туманностях, а контрастный оранжевый отсылал к скафандрю Юрия Гагарина. Новаторство модельера проявилось и в новой технике кроя. Ему удалось сконструировать одежду так, что она казалась невесомой. Сыграли свою роль и круглые вырезы в зоне спины и живота, и треугольные силуэты платьев мини, в которых Курреж стремился связать верхнюю и нижнюю части фигуры: его мини-платья ниспадали с плеч, расширяясь к подолу, что и создавало желаемый эффект – одежда будто парила в невесомости в отрыве от тел. Думая об эргономике и удобстве, так необходимых в космосе, модельер решил, что «Эту коллекцию следует носить без бюстгальтера, потому что в космосе будет не до лишних вещей, сковывающих движения» сказав эту фразу в 1964 году на показе «Moon girl»/«Лунная девушка» [8].

Фантазии на тему будущего проявились в творчестве другого значимого дизайнера этого периода – Пьера Кардена. Он произвел особый фурор со своей коллекцией *Cosmoscops* 1964 года. Сам дизайнер говорил, что на создание этой коллекции его особенно вдохновил полет Валентины Терешковой, с которой в дальнейшем его связывала крепкая дружба. В той коллекции Карден отразил свои представления о том, что будут носить люди, когда отправятся в космос. С особым интересом дизайнер использовал промышленные молнии и металлические украшения, серебристую ткань и пластик. Карден работал с одеждой как с архитектурной формой, оттого в серии активно использовались геометрические фигуры: детали в виде ромбов, кругов и прямоугольников. В отличие от Унгаро, Куррежа и Пако Рабана, которые стремились адаптировать фантастические элементы для реальных покупателей, Карден добавил в эстетику space-age больше театральности. Его творения напоминали абстрактные формы, которые преобладали в космосе, а обильное использование пластика и винила создавало ощущение одежды для космических путешествий.

Работы Руди Гернрайха, американского дизайнера одежды, пронизаны мотивами эпохи космоса. В 1960-х годах, когда интенсивно развивалась космическая программа, его творения не оставалось в стороне и отражало оптимизм и дух времени, стремление к новым технологиям и идеям. Но стоит упомянуть, что Руди Гернрайх первый кто внедрил использование пластика, винила в одежду, и придал ей прямые формы, которые бы не сковывали движения – это позволило создавать одежду, которая не только эффектно смотрелась, но и отвечало требованиям нового времени. При создании стиля унисекс (он был одним из дизайнеров, который внес вклад в создание) одним из ключевых моментов стал первый полет женщины в космос наравне с мужчинами. Это оказало значительное влияние на восприятие роли женщины в обществе. Этот исторический момент стал символом разрушения устоявшихся стереотипов о традиционных ролях женщин, показывая, что они могут достигать выдающихся успехов в областях, которые ранее считались исключительно мужскими. Данный тезис получил большой отклик у дизайнеров эпохи space age, которые ярко и революционно транслировался во многих коллекциях.

Руди Гернрайх отказался от использования встроенного бюстгальтера в купальниках, что в дальнейшем привело к популяризации данной тенденции. Это можно наблюдать в коллекции Пьера Кардена. Мотивы космоса прослеживаются и в экспериментах с формами и конструкциями. Его одежда часто имела футуристические силуэты и нестандартный крой, который отсылает нас прогрессу и фантазиям об космосе.

В своей книге "Космическая одежда: мода и невесомость" Барбара Брауни проводит глубокий анализ влияния космической эры на моду в 60-е и 70-е годы. Она рассматривает одежду не только как отражение нового стиля, связанного с космосом, но и как жизненно важную защиту, а именно «вакуум для тела». Брауни утверждает: «В открытом космосе жизнь человека зависит от оболочки, покрывающей его тело. Мы не можем контактировать с космическим пространством без одежды – необходимы технические средства: наружный скелет или кокон, выполняющий роль космического корабля или скафандра» (Bureaud 2006) [1, С. 6]. Таким образом, высокая мода лишь отражает тенденции 60-х годов и не подходит для использования в условиях микрогравитации. Это указывает на необходимость пересмотра методов и технологий

дизайна и производства одежды, к которым мы привыкли на Земле, с учетом невесомости. В свете развития индустрии частного космического туризма, который, в свою очередь, создаст спрос на специализированную одежду для будущих космических путешественников, важно начать воспринимать одежду с новой точки зрения.

**Выводы.** Мода 60-х и 70-х годов в западных странах была глубоко пронизана космической эстетикой, отражая общественные ожидания и надежды, связанные с освоением космоса. Дизайнеры черпали вдохновение из научной фантастики, технологий и визуальных образов, связанных с космосом, что создало уникальный стиль, ассоциирующийся с прогрессом и с эстетикой футуризма. Исследуемые дизайнеры, такие как Пьер Карден, Пако Рабан, Андре Курреж, Эмануэль Унгаро, Руди Гернрайх использовали элементы космического дизайна для создания уникальных коллекций, которые привнесли в мир моды новые формы, ткани и идеи, и революционные идеи, вдохновленные космической темой. Освоение новых технологий, связанных с космическими исследованиями, привело к появлению инновационных тканей и материалов в производстве одежды, которые ранее применялись лишь в технической сфере. Использование синтетических материалов и нетрадиционных форм расширило возможности для экспериментирования с силуэтами и текстурами.

Стоит отметить, что космическая мода повлияла на представления о гендерных ролях. Новые формы одежды стали символом эмансипации и раскрепощения женщины. Например, женская мода стала более маскулинной (благодаря использованию широких плеч и лаконичного кроя), что иллюстрировало стремление к равенству. Мода, отражающая стремление к индивидуальности, вобрала в себя элементы футуристического дизайна и способствовала переходу от традиционных ролей к более прогрессивным и независимым представлениям о женщине.

Влияние космической темы на моду не ограничилось лишь 60-ми и 70-ми годами. Эстетика космоса продолжает вдохновлять современных дизайнеров, формируя актуальные модные тренды и создавая новые интерпретации классических элементов. Например: Возрождение космической эстетики в коллекциях современных дизайнеров, таких как Рик Оуэнс, Александр Маккуин и Джон Гальяно. Не так давно дизайнеры стали активно использовать 3D-печать и умные ткани для создания футуристических образов [1, С. 120-121]. Влияние космической тематики отразилось на концепции устойчивой моды, например, в использовании переработанных материалов. Это свидетельствует о том, что космические открытия и их культурное осмысление остаются актуальными и вдохновляющими даже в современном контексте, так как мечта человечества исследовать космос не исчезла.

#### **Список литературы:**

1. Борисова, Д. Space-Age – космическая эра в моде / Д. Борисова // DEZIIGN: [сайт]. — URL: <https://deziign.ru/project/0eda9ec631f44b87a79e85093b099> (дата обращения: 16.11.2024)
2. Брауни, Б. Космические одежды. Мода в невесомости / Б. Брауни — «НЛО», 2019. — (Библиотека журнала «Теория моды»).
3. Делягин, М.Г. Русский космос: Победы и поражения / М.Г. Делягин. — М.: Эксмо. — 2011. — 272 с. — (Люди в космосе).
4. Климентов, В. Космическая эра. Истории покорения космоса / В. Климентов, О. Низовцева. — Москва: Издательство АСТ, 2019. — 192 с.: ил. — (Космос. История покорения).
5. Кожевникова, Е.Н. Советская мода 1960-х годов / Е.Н. Кожевникова. — М.: Легкая индустрия, 1975. — 140 с.
6. Космическая программа СССР: как советские люди осваивали космос // Известия: [сайт]. — URL: <https://iz.ru/1557766/2023-08-11/kosmicheskaiia-programma-sssr-kak-sovetskiiie-liudi-osvaivali-kosmos> (дата обращения: 16.11.2024)
7. Лаврентьев, А.Н. Советский дизайн 1950-1980-х годов / А.Н. Лаврентьев. — М.: Московский музей дизайна, 2016. — 320 с.
8. Лысакова, П. Космический дизайн – на Земле и на орбите / П. Лысакова // BLUEPRINT: [сайт]. — URL: <https://theblueprint.ru/fashion/industry/pervyj-polet-v-kosmos> (дата обращения: 16.11.2024)

9. Майорова, А. Космическая эстетика в советском дизайне 1960-х годов / А. Майорова // hsedesign.ru: [сайт]. – URL: <https://hsedesign.ru/project/3b74606c1ddf44e6bd7eeb9fc464d460> (дата обращения: 17.12.2024)
10. Освоение космоса // Россия, 1000 поводов для гордости: [сайт]. – URL: <https://www.osnmedia.ru/1000/osvoenie-kosmosa-rossieej/> (дата обращения: 16.11.2024)
11. Холод, А. Style Notes: мода и космос / А. Холод // Posta magazine. – 2021.

УДК 070.13

## **ЯЗЫКОВОЕ МЕДИАМАНИПУЛИРОВАНИЕ КАК ПРОБЛЕМА НАУЧНОГО АНАЛИЗА (ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ)**

**Пензина Наталья Игоревна,**  
кандидат педагогических наук, доцент  
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва);  
**Макашова Валерия Валерьевна,**  
кандидат филологических наук, доцент  
Московский гуманитарно-экономический университет (г. Москва)

**Аннотация.** Представлены результаты обзора современных отечественных исследований, обращенных к проблеме языкового манипулирования в медиадискурсе. С опорой на анализ терминологического поля сделан вывод об универсальности понятия «манипуляция/манипулирование» и корневом значении понятия «информационно-психологическое воздействие». Обзор научных точек зрения позволил авторам выявить круг вопросов, представленных в современных отечественных исследованиях. Сделан вывод о том, что наибольшее внимание сегодня уделяется социально-психологической и информационно-коммуникативной природе явления, а также манипулятивной природе медиа. Выделена группа исследований, в которых языковое (лингвистическое, речевое, вербальное) манипулирование рассматривается как подвид медиаманипуляции. Авторы предлагают рассматривать языковую манипуляцию как медийный феномен и как инструмент, реализующий различные манипулятивные технологии в медиадискурсе. Прогнозируется дальнейшая трансформация ведущихся сегодня в медиаполе информационных войн, которая будет связана с развитием технологий языкового медиаманипулирования.

**Ключевые слова:** манипуляция, манипулирование, медиаманипуляция, медиаманипулирование, языковая манипуляция, языковое манипулирование, языковая медиаманипуляция, языковое медиаманипулирование.

**Annotation.** The results of a review of modern domestic research addressing the problem of language manipulation in media discourse are presented. Based on the analysis of the terminological field, the conclusion is made about the universality of the concept of «manipulation / manipulation» and the root meaning of the concept of «informational and psychological impact». The review of scientific points of view allowed the authors to identify a range of issues presented in modern domestic research. It is concluded that the greatest attention is paid today to the socio-psychological and information-communicative nature of the phenomenon, as well as the manipulative nature of the media. A group of studies has been identified in which linguistic (linguistic, speech, verbal) manipulation is considered as a subspecies of media manipulation. The authors propose to consider language manipulation as a media phenomenon and as a tool implementing various manipulative technologies in media discourse. The further transformation of the information wars currently underway in the media field is predicted, which will be associated with the development of language media manipulation technologies.

**Key words:** manipulation, media manipulation, language manipulation, language media manipulation.

**Постановка проблемы.** Проблема языкового медиаманипулирования (манипулирования в медиадискурсе с помощью вербальных средств) продолжает привлекать внимание исследователей. На сегодняшний день отечественная наука располагает огромным числом исследований, нуждающихся в осмыслении и систематизации.

Цель настоящей работы: систематизация подходов современных отечественных исследователей, уточнение терминологического поля.

**Изложение основного материала.** Мониторинг, проведенный на базе научных электронных библиотек eLIBRARY.RU (РИНЦ) и «КиберЛенинка», показал, что в последние 5 лет исследователями чаще используется универсальный термин «манипуляция/манипулирование» в контексте описания явлений и процессов, связанных с манипулятивной феноменологией медиадискурса. Так, на момент исследования (декабрь, 2024 г.) термин «манипулирование/манипуляция» в НЭБ «КиберЛенинка» (с учетом фильтра по классификатору научных направлений (на базе OECD) «СМИ (медиа) и массовые коммуникации») встречается в 842 статьях, опубликованных в 2020-2024 гг. В корпусе всех публикаций (без фильтрации) термин «медиаманипуляция/медиаманипулирование» встречается в текстах лишь 26 публикаций за 2020-2024 гг.

На основе детального анализа 168 текстов, релевантных теме проводимого исследования, была установлена следующая иерархия интересующих терминов: наиболее общим и универсальным понятием в контексте рассмотрения манипулятивной природы медиапространства, выступает термин «манипуляция/манипулирование» и несколько реже применяемый – синонимичный ему «манипулятивное воздействие (влияние)». Производным термином, уточняющим медийную природу манипуляции, является «медиаманипуляция/медиаманипулирование», реже – синонимичный ему «медиавоздействие». Использование понятия «языковое манипулирование/языковая манипуляция» подчинено той же логике: данный термин выступает родовым по отношению к более узкому термину «языковое медиаманипулирование / языковая медиаманипуляция», характеризующего конкретный тип медиаманипулирования – вербальный. Прочая близкая терминология хотя и будет употребляться в данной работе, но представляется вторичной по отношению к рассмотренным ключевым терминам.

Корневым понятием для всех рассматриваемых терминов является «информационно-психологическое воздействие», которое было определено исследователем Стукановым В. Г. еще 10 лет назад как «вид психологического воздействия, направленный на изменение психических характеристик личности, посредством информации, особым образом оформленной и предъявленной» [23, С. 227]. Проиллюстрируем иерархию интересующих нас терминов (см. схему 1).

КОРНЕВОЙ ТЕРМИН	→	ПРОИЗВОДНЫЙ ТЕРМИН
информационно-психологическое воздействие	=	манипуляция (манипулирование)
информационно-психологическое воздействие СМИ	=	медиаманипуляция (медиаманипулирование)
информационно-психологическое воздействие с помощью языка	=	языковая манипуляция (языковое манипулирование)
информационно-психологическое воздействие СМИ с помощью языка	=	языковая медиаманипуляция (языковое медиаманипулирование)

Схема 1

Рассматривая манипуляцию в широком смысле, как социальный феномен, исследователи делают акцент на социально-психологической и информационно-коммуникативной природе этого явления. Например, Саенко В.Н. понимает под манипуляцией «социальный процесс целенаправленного прямого или косвенного

воздействия на сознание одного или нескольких человек (общества, представленного группой лиц), носящий частично или полностью скрытный характер и заключающийся в достижении субъектом манипуляции своих целей» [22, С. 58]. В работах Кара-Мурзы С.Г., манипуляция определяется как «программирование мыслей и устремлений отдельных лиц и масс, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить такое их поведение, которое нужно тем, кто владеет средствами манипуляции» [12, С. 16]. Ивлиев П.В. и Кондрашов С.В. отмечают, что манипулирование представляет собой четко осознаваемую, хорошо организованную и целенаправленную деятельность заинтересованных лиц для получения выгодных для себя результатов [11]. Все данные определения объединяют, с одной стороны, описание природы манипуляции как социального феномена, с четко выраженной имплицитной сущностью, нацеленностью на общество, с другой, – отсутствие в данных дефинициях указания на конкретных инициаторов, субъектов и «проводников» манипуляции (подразумеваются все возможные заинтересованные лица и всевозможный инструментарий).

В ряде исследований делается акцент на психологическую природу манипулирования: «вид скрытого психологического воздействия на адресата с целью изменения системы его взглядов, мнений, поведения в интересах манипулятора» [4, С. 43]. Агапова Е.А., Гущина Л.В. подчеркивают, что «разновидность психоэмоционального воздействия, она обладает скрытым характером и актуализируется максимально ненавязчиво для самого объекта манипулирования» [2, С. 224]. Другие исследователи акцентируются на информационной сущности манипуляции: «преднамеренная попытка повлиять на мнения, убеждения и отношения населения путем предоставления ложной или вводящей в заблуждение информации, выборочного представления фактов или использования эмоциональных призывов [25, С. 183]. В ряде научных изысканий используется термин «манипулятивная информация», которая может быть представлена в различных формах, включая повседневную ложную информацию, а также указывается особая роль информационного контента в психологическом воздействии на аудиторию [17; 10]. Под манипуляцией понимается особый тип социального взаимодействия по изменению восприятия реальности, скрытое воздействие [21], которое изменяет установки, поведение и действия людей [3, С. 290].

Манипулятивная природа медиа рассматривается в целом ряде исследований. Гаврилов Л.А. высокий манипулятивный потенциал СМИ объясняет тем, что «в сфере массовой коммуникации субъект речи менее привязан к строгим рамкам беспристрастности, рассматривает происходящие события и процессы по отношению к самому себе или кому-либо другому и стремится интерпретировать факты, а ведь каждый случай можно преподнести с различных точек зрения» [7, С. 33]. Распопова С.С. отмечает, что «зафиксированная через знак картина мира всегда обусловлена внешними факторами: миссией СМИ, позицией редакционного коллектива и конкретного журналиста, автора текста» [20, С. 176]. Иными словами, конструируемая в медиа картина мира доминирует над объективной действительностью. Более того, «она довлеет над массовой аудиторией и является для нее главным ориентиром, пока та не столкнется с реалиями и личным опытом» [9, С. 175]. Есть мнение, что журналистика превратилась в систему создания конструктов реальности: «по сути, мир информационного общества не состоит из правд, но состоит из манипуляций» [6]. Подчеркивается свойство фантомности медийного дискурса, ведь зачастую информацию, представленную в медиа нельзя ни доказать, ни опровергнуть [2]. Подчеркивается массовых характер медиаманипуляции [19].

В большинстве работ «медиа» однозначно определяются как ключевая детерминанта медиаманипуляции. Согласно определению Недзельской А.Б., Борискиной О.О., медиаманипуляция – это «комплекс стратегических и тактических составляющих, направленный на формирование общественного мнения на всем медиапространстве [18, С. 73]. Маруневич О.В., Майба В.В. под таковой понимают также «скрытое информационно-психологическое воздействие на адресата с последующим внедрением в его сознание целей, намерений или установок, не совпадающих с уже имеющимися у него целями, намерениями или установками [15, С. 89]. Емец И.А. трактует манипулятивное влияние СМИ как «неявное (скрытое) целенаправленное

воздействие на рациональный, эмоционально-оценочный и поведенческий компоненты коллективного сознания социума» [8, С. 39]. В ряде современных исследований рассматриваемая категория задействуется в процессе анализа манипулятивных практик СМИ, а также специальных вопросов (например, развития медиакомпетентности студентов) [14; 24; 26].

Следует выделить исследования, в которых авторы специально обращаются к проблеме языкового (лингвистического, речевого, верbalного) манипулирования, рассматривая его как подвид медиаманипуляции. Агаджанян Р.В., проведя комплексный обзор научных работ за последние 50 лет, предлагает понимать языковое манипулирование: «как комплексное явление, в основе которого лежит, с одной стороны, психологическая сторона речевого воздействия, с другой – создается эффект усиления эстетического воздействия за счет использования тех или иных стилистически маркированных средств» [1, С. 765]. На основе обширного анализа Ашрапова А.Х., Йылмаз Э.Р., Мавляутдинов И.С. и Манькова Л.И. приходят к следующему определению языковой манипуляции: «это скрытое явление, ориентированное на изменение общественного сознания путем формирования необходимого общественного мнения с применением комплекса технологий психологического принуждения» [5, С. 2776]. Внимание исследователей акцентируется непосредственно на вербальной основе языкового (речевого) манипулирования [16; 13].

**Выводы.** В контексте анализа манипулятивности медиапространства, иерархия терминов такова: универсальным понятием выступает «манипуляция/манипулирование», производным – термин «медиаманипуляция/медиаманипулирование». Термин «языковое манипулирование / языковая манипуляция» выступает родовым по отношению к более узкому термину «языковое медиаманипулирование / языковая медиаманипуляция», характеризующего конкретный способ медиаманипулирования – вербальный. В процессе терминологического анализа выявлена закономерность: говоря о манипуляции, медиаманипуляции и языковой медиаманипуляции, подразумевают сам феномен манипулятивного медиавоздействия, а рассматривая манипулирование, медиаманипулирование, языковое медиаманипулирование – процесс медиавоздействия.

Проведенный анализ научного поля показал, что чаще дефиниции «речевая манипуляция» и «языковая манипуляция» используются как синонимичные. Рассматривая языковую манипуляцию непосредственно как медийный феномен (языковую медиаманипуляцию), считаем целесообразным инкорпорировать признаки и характеристики языковой манипуляции, представленные в приведенных дефинициях к определению языковой медиаманипуляции, уточнив, что данный тип языковой манипуляции реализуется именно в медиадискурсе. Таким образом, языковая (речевая, вербальная) медиаманипуляция – это совокупность языковых приемов, средств, инструментов, используемых для реализации манипулятивных практик в СМИ и новых медиа, а также процесс использования ресурсов языка, материализующих различные манипулятивные технологии в медиадискурсе, наряду с другим (неречевым) инструментарием манипулятивных медиастратегий. Считаем, что известная цитата Бердяева Н.А. «Мы заколдованы словами и в значительной степени живем в их царстве» весьма точно отражает представленные выше характеристики и свойства языкового медиаманипулирования. Мы прогнозируем дальнейшую трансформацию ведущихся сегодня в медиаполе информационных войн, которая будет связана с развитием технологий языкового медиаманипулирования, в том числе на базе инструментов искусственного интеллекта и концепции «умной войны».

#### **Список литературы:**

1. Агаджанян, Р.В. Языковое манипулятивное воздействие: теоретический обзор / Р.В. Агаджанян // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2023. – № 3. – С. 765-772
2. Агапова, Е.А. Механизмы формирования современной деструктивной реальности: социально-когнитивный аспект / Е.А. Агапова, Л.В. Гущина / Гуманитарий Юга России. – 2023. – № 1 (59). – С. 224-234
3. Антонова, О.Г. Манипуляция как феномен информационного общества / О.Г. Антонов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2023. – Т. 23, Вып. 3. – С. 289-293

4. Ахмедова, А.Х. Речевое манипулирование как средство общения (на примере эвфемизмов) / А.Х. Ахмедова // Ученый XXI века. – 2021. – № 10 (81). – С. 43-46
5. Ашрапова, А.Х. Языковая манипуляция в трудах отечественных и зарубежных ученых: теоретические вопросы терминологии / А.Х. Ашрапова, Э.Р. Йылмаз, И.С. Мавляутдинов, Л.И. Манькова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2022. – № 9. – С. 2771-2778
6. Власова, О.Ю. Диктатура страха в контексте развития информационного общества / О.Ю. Власова // Studia Humanitatis. – 2022. – № 4. – URL: Доступ: www.st-hum.ru
7. Гаврилов, Л.А. Язык массовой коммуникации и информационная война / Л.А. Гаврилов. – М.: Ленанд, 2023. – 216 с.
8. Емец, И.А. Общественное мнение как объект манипулятивного воздействия массмедиа / И.А. Емец // Общество: философия, история, культура. – 2021. – № 1 (81). – С. 37-41
9. Зарипов, Р.И. Когнитивное и метафорическое моделирование в медиадискурсе / Р.И. Зарипов // Политическая лингвистика. – 2024. – № 4 (106). – С. 175-183
10. Зуйкина, К.Л. Манипулятивные приемы презентации выборов в Мосгордуму в социальных сетях / К.Л. Зуйкина, О.Э. Кондрушина // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. – 2021. – № 1. – С. 84-96
11. Ивлиев, П.В. Манипулятивные аспекты, используемые СМИ при проведении выборов / П.В. Ивлиев, С.В. Кондрашов // Аграрное и земельное право. – 2022. – № 7 (211). – С. 9-11
12. Кара-Мурза, С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2023. – 432 с.
13. Копнина, Г.А. Речевая манипуляция в массмедиийном тексте/дискурсе: проблема распознавания / Г.А. Копнина // Филология и человек. – 2021. – № 3. – С. 30-46
14. Макашова, В.В. «Болезнь Х»: дезинформация как технология медиаманипулирования / В.В. Макашова, Т.А. Неумытина // МедиаВектор. – 2024. – № 11. – С. 42-47
15. Маруневич, О.В. Искажение информации как способ языкового манипулирования в современном российском медиадискурсе / О.В. Маруневич, В.В. Майба // Вестник КалмГУ. – 2022. – № 3 (55). – С. 89-97
16. Моисеева, А.В. К вопросу о речевом манипулировании / А.В. Моисеева // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 1-1. – С. 43-45
17. Монахова, Э. Доверие к манипулятивной информации: от восприятия к принятию решений / Э. Монахова, Ю.М. Городничева, Ю.М. Морозова и др. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2024. – № 3. – С. 42-66
18. Недзельская, А.Б. Манипулятивные стратегии в англоязычном медиапространстве / А.Б. Недзельская, О.О. Борискина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2021. – № 2. – С. 73-82
19. Остапов, И.Д. Средства массовой информации как фактор формирования общественного сознания / И.Д. Остапов, Т.Н. Субботина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 11-5. – С. 94-97
20. Распопова, С.С. Человек в российских медиа: этический аспект / С.С. Распопова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2022. – № 3 (45). – С. 175-183
21. Савченко, В.А. «Фальшивая реальность» как фундамент манипуляции / В.А. Савченко // Право и практика. – 2021. – № 3. – С. 141-147
22. Саенко, В.Н. Развитие социологических представлений о признаках манипуляции сознанием / В.Н. Саенко // Социология и право. – 2020. – № 4 (50). – С. 55-64
23. Стуканов, В.Г. К уточнению понятия «информационно-психологическое воздействие» / В.Г. Стуканов // Вестник Московского университета МВД России. – 2014. – № 5. – С. 224-227

24. Хольгер, К. Медиаманипуляция и комплексная коммуникация в рекламе и ток-шоу / К. Хольгер, М.Т. Шакенова // Мир русскоговорящих стран. – 2024. – №2 (20). – С. 54-73
25. Хубежова, З.А. Манипулятивные приемы в формировании медиаповестки на примере телеканала Euronews / З.А. Хубежова // Коммуникология. – 2023. – Том 11, № 4. – С. 183-192
26. Чеботарева, Н.И. Развитие медиакомпетентности студентов как педагогическая технология: монография / Н.И. Чеботарева. – М.: МГЭУ, 2015. – 274 с.

**УДК 378**

## **ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ТЕКСТ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ РЕЧИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ КАК ИНОСТРАННОМ (НА ПРИМЕРЕ ОБУЧЕНИЯ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ)**

**Петрова Лиллия Геннадиевна,**  
кандидат педагогических наук, доцент  
Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет «НИУ БелГУ» (г. Белгород)

**Аннотация.** В статье говорится о сложностях русского языка, которые открывают для себя иностранцы, решившие овладеть русским языком как языком образования. Обозначаются конкретные трудности, на которые следует обратить внимание при формировании у обучающихся глобального взгляда на русский язык. Рассматривается возможность формирования у студентов-иностранных критического мышления, а также разных видов компетенций: языковой, коммуникативной, лингвокультурологической на основе чтения, изучения и анализа художественных текстов русских писателей-классиков. Приводятся конкретные примеры заданий в процессе работы над текстом, а также варианты их выполнения, доказывающие свою эффективность в повышении качества устной речи иностранных студентов. Делаются выводы.

**Ключевые слова:** иностранные студенты, обучение, русский язык как иностранный, трудности, пересказ от лица персонажа.

**Annotation.** The article discusses the complexities of the Russian language that foreigners discover when they decide to master Russian as a language of education. Specific difficulties that should be addressed when developing students' global view of the Russian language are identified. The possibility of developing students' critical thinking, as well as different types of competencies: linguistic, communicative, linguacultural, based on reading literary texts by classic Russian writers is considered. Specific examples of tasks in the process of working on the text and options for completing them are given, proving their effectiveness in improving the quality of oral speech of foreign students. Conclusions are drawn.

**Key words:** foreign students, learning, Russian as a foreign language, difficulties, retelling on behalf of a character.

**Постановка проблемы.** Русский – чрезвычайно сложный язык. Иностранным обучающимся при его освоении приходится сталкиваться со многими трудностями. Чтобы хорошо его выучить, им нужно сформировать глобальный взгляд на русский язык, получив о его структурных особенностях более глубокое представление. Кроме того, иностранцам необходимо научиться понимать русскую культуру. Так как русский язык является одним из самых сложных и трудоемких грамматических явлений в палитре европейских языков, далее перечислим его конкретные трудности, отмечаемые в процессе его освоения иностранными студентами, в частности, из Китая:

– *Сложность координации рода и падежа существительных.* Русский язык относится к флексивным языкам, которые подчеркивают отношения субъект-объект-подчинение, накладывая флексии на компоненты предложения. Кроме того, в русском языке слова, оканчивающиеся на -ь, невозможно по каким-то внешним признакам

отнести к тому или иному роду. Необходимо запоминать, к какому роду относится каждое слово. Например, *гость* – мужского рода, а *кость* – женского.

– *Непростое русское спряжение*. В русских глаголах при их спряжении иногда меняется ударение; существуют две формы спряжения глаголов. Каждый глагол в русском языке должен быть согласован с именем существительным. Кроме того, у глагола есть формы с / нс видов, причастия, деепричастия, возвратная форма (оканчивающаяся на – ся), которые изменяются. Это касается правильных глаголов, а изменение глаголов-исключений можно только выучить наизусть.

– *Фонетические трудности: сложности в произношении, ударении*. В русском языке нет общего правила сохранения ударения, оно может падать на любой слог. Ударение играет смыслоразличительную роль. В зависимости от ударения может меняться значение слова, это наблюдается в словах-омонимах, а точнее, в омографах (словах, которые одинаково пишутся, но по-разному звучат): парить и парить, атлас и атлас, кредит и кредит.

– *Большое количество частиц*.

– *Разговорная речь сильно отличается от письменной* («Че за фишка у тя в носу?»).

– *Сложная лексика*.

Русские слова обычно состоят из префиксов, корней, суффиксов, изменяемых окончаний и т.д. Многие иностранные студенты, и китайцы в их числе, считают русские слова длинными, поэтому труднозапоминаемыми. Отметим, что китайские слова обычно имеют всего два слога.

Тем не менее, иностранцы, начавшие изучать русский язык с нуля, к концу базовой подготовки более или менее успешно осваивают основные элементы языка: буквы, слова, части речи, правила склонения слов, русские временные формы, структуру предложения и т.д., а также могут продуцировать предложения и небольшие тексты. Но этот этап является лишь своеобразной «взлетной полосой» для «свободного полета» в безграничном пространстве русского языка.

**Изложение основного материала.** С переходом на более высокий уровень обучения перед студентами стоит важная задача: они должны побороть колоссальное влияние своего родного языка, которое накладывает отпечаток на использование изучаемого языка, то есть, они должны научиться думать по-русски, понимать по-русски и говорить на том русском языке, на котором говорят его носители. Ранее мы уже писали, что «в какой-то момент приходит ощущение, что роль учебника, как основного источника знаний, начинает утрачиваться, и в помочь ему или ему на смену приходят тексты из произведений классической литературы, благодаря чему учебный процесс становится по-новому актуальным, интересным и эффективным» [4, С. 98]. Почему мы заинтересованы в активном включении произведений классической литературы в учебный процесс при работе с иностранными студентами? Прежде, чем ответить на этот вопрос, необходимо прийти к пониманию, что значит слово «классика» в данном контексте. На наш взгляд, «под классикой следует понимать стержневые, выдающиеся, всеми признанные произведения литературы или искусства, имеющие непреходящую ценность для народной и мировой культуры» [4, С. 99]. В русской литературе к авторам-классикам, творчество которых, с нашей точки зрения, доступно для изучения иностранными студентами с первых курсов бакалавриата, можно отнести известных всему миру писателей: Антона Чехова, Александра Куприна, Ивана Тургенева, Льва Толстого, Александра Пушкина, Владимира Набокова и т.д. В их произведениях, будь то стихотворения, романы или повести, отражены ценности русского народа, на основе которых строится русский менталитет. Более того, их произведения являются языковыми шедеврами. При их помощи студенты могут в значительной степени обогатить свой русский язык, а также понять, как думают русские люди. Чтение классики также поможет понимать культуру русского народа. Все это пригодится обучающимся и в будущей учебе, и в жизни и, в частности, при выстраивании процесса общения со своими преподавателями и русскими студентами в университете.

Острой проблемой для многих иностранцев, включая китайских студентов, является говорение. Китайцам требуется больше времени для преодоления

психологического барьера в процессе общения, так как их система обучения иностранному языку делает акцент на развитие навыков письменной речи.

Существует много методов и приемов обучения речевой деятельности на иностранном языке. Идея, объединяющая все технологии и подходы к обучению, заключается в помощи студенту преодолеть языковой барьер и учиться овладевать не только базовыми знаниями, но и выйти на свободное владение устной речью. Каждая теория должна сопровождаться практикой, ведь знания закрепляются только в случае их применения.

Чтение художественных произведений русских писателей-классиков является хорошей базой для развития речевой деятельности иностранных обучающихся. Мы считаем, что «процесс восприятия текстового сообщения сопровождается анализом внутреннего контекста и осмысливанием изложенной информации», а «степень понимания текста зависит от степени сложности изложенной информации, структурных и стилистических особенностей самого текста» [3, С. 138].

Работая над развитием навыков устной речи, мы убедились, что пересказ от лица одного из персонажей произведения является одним из эффективных способов повышения качества устной речи обучающихся из КНР.

В этом виде работы можно выделить следующие этапы:

- 1) изучающее чтение, с детальным разбором слов, словосочетаний и пониманием общего смысла текста;
- 2) работа над текстом с учетом лингвистических особенностей текста;
- 3) работа над персонажами;
- 4) создание образа самим обучающимся;
- 5) работа над эмоциональной составляющей представления образа и т.д.

В качестве примера, приведем одну из работ китайских студентов, выполненную при помощи этого приема. Студент подготовил свой рассказ от лица Веры, главной героини повести А. Куприна «Гранатовый браслет» [2, С. 3-70]. В аудитории он был воспроизведен в устной форме:

«Я замужем, мой муж – Князь Шеин. Сегодня был день моих именин – 17 сентября.

Утром я проснулась в прекрасном настроении. На прикроватном столике увидела подарок от мужа – футляр с прекрасными серьгами. Этот подарок еще больше веселил меня. Он знает мой вкус.

В городе пришлось бы тратиться на большой парадный обед, поэтому отпраздновать именины на даче, думаю, это мудрый выбор.

После пяти часов стали съезжаться гости. Мы пообедали, гости сели играть в покер. И как раз в это время я неожиданно получила письмо, а вместе с ним и подарок от Г.С.Ж. У меня не было никаких чувств к этому человеку. Я прочитала письмо, развернула подарок. Это был золотой браслет с красными гранатами. Этот подарок я не могла принять.

Показать Васе или не показать? И если показать – то когда? Сейчас или после гостей? Нет, уж лучше после.

Когда я вернулась в столовую, мой муж начал рассказывать смешную историю из моей молодости. Я подошла к мужу, тихо дотронулась до его плеча, попросила его остановиться, но Вася не рассыпал моих слов или не хотел их слышать, так что мне было неприятно.

В своем наполовину выдуманном рассказе муж сгущал краски и унижал моего поклонника. Меня смущало, что то, что он говорил, было ложью. Так говорить неправильно, это не смешно.

Вскоре дедушка Аносов собрался уходить, и мы с Анной решили прогуляться с ним до его экипажа. Перед уходом я сказала мужу прочитать письмо и посмотреть на содержимое красного футляра в ящике стола.

Надеюсь, это заставит его понять свою ошибку. Хотя мне не нравился этот незнакомец, я не хотела, чтобы муж его принижал.

Во время прогулки мы долго беседовали. Разговор с дедушкой произвел на меня глубокое впечатление. Я услышала многое того, о чем раньше никогда не задумывалась.

Рассуждая о любви, дедушка мудро заметил, что каждая женщина в глубине своего сердца мечтает о настоящей любви. Я начала примерять его слова на свои отношения с мужем: мне показалось, что я не чувствую со стороны своего мужа такой любви.

Когда я вернулась домой, мой муж и брат горячо спорили о том, как вернуть письмо и подарок Г.С.Ж. На другой день брат нашел его адрес, и они вместе пошли к нему домой. Там и состоялся их разговор.

Наконец, мой муж вернулся и рассказал мне, что случилось. У меня было предчувствие, что произойдет что-то непоправимое: он убьет себя.

Мое предчувствие оправдалось. Этот человек умер из-за меня, я чувствовала себя очень виноватой. Мне было больно от этого. Особенно после того, как я пошла к нему и узнала правду.

В эту секунду я поняла, что та любовь, о которой мечтает каждая женщина, прошла мимо меня. Я вспомнила слова генерала Аносова о вечной, исключительной любви – почти пророческие слова. Думая об этом, я не могла удержаться от слез. Достав из бокового кармана срезанную в саду красную розу, я положила ее около его шеи и поцеловала его в лоб.

Он настоящий мужчина, смелый, тонкий и деликатный. Его любовь ко мне была так сильна! Я поняла, что он теперь занял место в моем сердце: может быть, семь лет назад мне нужно было полюбить именно этого человека. Такая любовь встречается один раз в тысячу лет, а я ее пропустила, не заметила. Очень жаль, я знаю, что такая любовь больше никогда не придет ко мне».

Этот студент пояснил, что им были подготовлены монологи и от лиц других персонажей, в том числе, мужских. Однако возможность прочувствовать то, как мыслит женщина в той или иной ситуации, какие решения ей более свойственно принимать, заставляет анализировать ситуацию с разных сторон и продумывать возможные варианты поведения и, соответственно, ход мыслей. Он признал, что на его взгляд, это довольно интересный и эффективный прием, который он будет использовать в своей будущей педагогической деятельности.

Мы уже говорили о важности знания и понимания иностранными обучающимися культурных реалий страны изучаемого языка. Здесь важно упомянуть актуальность ситуации, в которой разворачивается общение.

Понятие *ситуация общения* включает в себя такие аспекты, как «место и время коммуникативного акта, его цель, социальный статус говорящего и статус собеседников, отношения между собеседниками» [1, С. 54-60]. Это умение приобретается в процессе естественной коммуникации или специально организованного обучения и осуществляется на фоне культурного контекста.

Чтобы добиться успешной реализации ситуации общения, студенты должны быть мотивированы на эффективное, инициативное и творческое усвоение материала в процессе познавательной деятельности. Интересные рассказы и задания стимулируют самостоятельную познавательную деятельность и высокий уровень творческой активности обучающихся.

В процессе совместной коммуникации студенты-иностранцы учатся принимать и анализировать данные текстового материала, делать развернутые обобщения на основе прочитанного текста, выражать альтернативные мнения, участвовать в дискуссиях, общаться с другими людьми и таким образом овладевают навыками критического мышления на русском языке.

Так, на одном из занятий обсуждалась тема любви, поднятая в рассказе «Гранатовый браслет», и студентам было предложено высказать свою точку зрения по поводу любви бескорыстной. Ниже приведем работу одной из студенток группы. Студентка продемонстрировала знание произведения и ряд умений: излагать свои мысли, анализировать прочитанное, рассуждать, к месту использовать цитаты из текста, критически мыслить, структурировать свой собственный текст, делать выводы и т.д.:

«Восемь лет назад Желтов впервые увидел княгиню Вере Николаевну в ложе, в цирке и с тех пор безмолвно ее любил. В своем последнем письме к Вере он написал так: «Восемь лет тому назад я увидел Вас в цирке в ложе, и тогда же в первую секунду я сказал себе: я ее люблю потому, что на свете нет ничего похожего на нее, нет ничего

лучше, нет ни зверя, ни растения, ни звезды, ни человека прекраснее Вас и нежнее. В Вас как будто бы воплотилась вся красота земли...» [2, С. 63]. Нет сомнений в том, что с этого момента Вера – его мир и все в жизни Желткова.

Однако его любви с самого начала было суждено быть безответной, потому что между ними существовала непреодолимая пропасть, и единственный способ выразить свою любовь Vere – это письма – анонимные любовные письма. Свою чистую, страстную, бескорыстную и смиренную любовь к Vere он выражал лишь словами писем.

Он беззаботно любит Веру и в письме на день рождения Веры написал: «Я умею теперь только желать ежеминутно Вам счастья и радоваться, если Вы счастливы. Я мысленно кланяюсь до земли мебели, на которой Вы сидите, паркету, по которому Вы ходите, деревьям, которые Вы мимоходом трогаете, прислуге, с которой Вы говорите. У меня нет даже зависти ни к людям, ни к вещам» [2, С. 29]. Люди и вещи, которым он поклонялся, были следами жизни Веры, и он был им искренне благодарен. Все, что он делал, было проявлением уважения и любви к Vere, и все, на что он надеялся, это то, что Vere будет счастлива.

Он старался посвятить Vere самые красивые и дорогие его сердцу вещи, даже бумага в подарочной коробке была аккуратно сложена в красивую восьмиугольную форму. Он послал ей оставленный его матерью браслет с редким зеленым гранатом и прекрасными красными. Он знал, что гранат не драгоценный камень, и для княгини особой ценности он не имел. Но это лучшее, что он мог подарить Vere, сам браслет не важен, важно его значение, зеленый гранат имеет особую силу. Этот переделанный гранатовый браслет символизирует искреннюю и беззаботную любовь Желткова. Он знал, что этот браслет не достоин красоты Vere. Она могла его выбросить или подарить кому-то другому, но он все равно должен был отдать его Vere, потому что мысль о том, что рука Vere его касалась, составляла его счастье.

Он даже любил осторожно, издали, опасаясь, что Vere возненавидит его. В письме он написал: «Умоляю Вас не гневаться на меня. Еще раз прошу прощения, что обеспокоил Вас длинным, ненужным письмом» [2, С. 28]. Он считал свою любовь к Vere подарком небес и был очень скромен. «Ваш до смерти и после смерти покорный слуга» [1]. Поскольку он был безумно влюблен, он считал Vere хозяйкой своего сердца, он был ее слугой и позволял себе принадлежать Vere независимо от жизни и смерти, как будто в этой жизни ему суждено было жить для Vere.

Сцена, где Желтков встретил брата и мужа княгини Vere, также была первым и последним разом, когда он столкнулся с реальностью, с испытанием своей любви. Он признал свое поведение глупым и попросил князя простить его, сказав: «Я знаю, что не в силах разлюбить ее никогда» [2, С. 59]. Семь лет безнадежной и безответной любви к Vere. Как такое может быть? Это трогательная загадка. Для него смешно и бесполезно обращение к властям, которым его пугал брат Vere, чтобы остановить его любовь. Он никогда не боялся ни тюрьмы, ни изгнания; и то, и другое не может контролировать его чувство к Vere. Он никогда не может не любить ее, и никогда не найдется никакого способа его остановить. «Только смерть» [2, С. 59]. После десяти минут разговора с любимой женщиной Желтков решил умереть. «Глаза его блестели и были глубоки, как будто наполнены непролитыми слезами» [2, С. 60]. Потом он как мученик сказал, что готов. Откровенно признался в своих чувствах и умер за любовь.

«Да святится имя Твое» [2, С. 63]. Желтков, собиравшийся покончить жизнь самоубийством, благословлял Vere. Его любовь к ней была величайшим счастьем, дарованным ему Богом. В его сердце она во всем была совершенной, и ради нее он был готов добровольно уйти из жизни. На мой взгляд, для Желткова смерть была не трагедией, а чем-то другим. Его самоубийство – это средство борьбы за любовь. Только так, наверно, он мог достичь своей цели, думая, что таким образом он сделает Vere счастливой. А ее счастье – его наивысшая цель.

Желтков умер. Но была ли достигнута цель – счастье Vere?».

**Выводы.** Подводя итог вышесказанному, мы можем сказать, что работа со студентами-иностранными над художественными текстами способствует их лучшему пониманию России, ее истории, людей, познанию многообразия мира. Чтение произведений русской классики дает возможность анализировать и сопоставлять как фактический, так и языковой материал, структурировать самостоятельно созданный на

основе прочитанного произведения собственный текст. Все это, в конечном итоге, способствует формированию и развитию у обучающихся критического мышления, а также различных компетенций: языковой, коммуникативной, лингвокультурологической.

**Список литературы:**

1. Изаренков, Д.И. Базисные составляющие коммуникативной компетенции и их формирование на продвинутом этапе обучения студентов нефилологов / Д.И. Изаренков // Русский язык за рубежом. – 1990. – № 4. – С. 54-60
2. Куприн, А.И. Гранатовый браслет / А.И. Куприн. – Воронеж: Центрально-Черноземное книжное издательство, 1966. – 472 с.
3. Петрова, Л.Г. Методический потенциал художественных текстов (на примере изучения иностранцами рассказов Чехова «Добрый немец» и «Глупый француз») / Л.Г. Петрова, К.С. Травкин, А.В. Елфимова // Проблемы современного педагогического образования. – Сборник научных трудов. – Ялта: РИО ГПА, 2023. – № 78 (4). – 306 с.
4. Петрова, Л.Г. Чтение и анализ произведений русских классиков как фактор развития языковой компетенции иностранных обучающихся при обучении их РКИ / Л.Г. Петрова, Чжихао Сун; отв. ред. О.Н. Прохорова // Калейдоскоп лингвистических идей: сборник материалов студенческой научной конференции. – Белгород, 29-30 июня 2022 г. – Белгород: ООО «Эпикентр», 2022. – 184 с.

**УДК 659**

## **ВЛИЯНИЕ НЕСТАНДАРТНЫХ ФОРМ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИМИДЖЕВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА ПОТРЕБИТЕЛЯМИ**

**Платонова Айше Вадимовна,**

кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Сеитбиялов Сервер Эрвинович,**

магистр направления подготовки «Издательское дело»  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** В данной статье исследуется психологический аспект нестандартного представления форм имиджевой продукции, рассматриваемый с точки зрения потребителей. Особое внимание уделяется влиянию уникальности и креативности на восприятие бренда, эмоциональную связь с продуктом и последующее поведение потребителей. Проводится анализ факторов, способствующих успешности нестандартных форм имиджевой продукции на рынке, и выявляются психологические механизмы, которые влияют на процесс принятия решений потребителями.

**Ключевые слова:** имиджевая продукция, потребительское восприятие, креативность, психологические механизмы, брандинг, эмоциональная связь, поведение потребителей.

**Annotation.** This article examines the psychological aspect of non-standard presentation of image products from the point of view of consumers. Particular attention is paid to the influence of uniqueness and creativity on brand perception, emotional connection with the product and subsequent consumer behavior. An analysis of factors contributing to the success of non-standard forms of image products in the market is conducted, and psychological mechanisms that influence the decision-making process of consumers are identified.

**Key words:** image products, consumer perception, creativity, psychological mechanisms, branding, emotional connection, consumer behavior.

**Постановка проблемы.** Имиджевая продукция играет значительную роль в формировании общественного мнения о брендах и компаниях. В условиях жесткой конкуренции и быстро меняющихся трендов бренды ищут новые подходы к визуализации своей продукции, чтобы привлечь внимание потребителей и выделиться на фоне конкурентов [2]. Нестандартные и креативные формы представления продуктов становятся одним из ключевых факторов успеха. Однако для понимания эффективных стратегий маркетинга необходимо проанализировать психологические аспекты восприятия нестандартной имиджевой продукции со стороны потребителей.

Цель данной статьи – рассмотреть, каким образом необычные формы представления товаров влияют на психологическое восприятие брендов и формирование потребительского поведения.

**Изложение основного материала.** Психология потребителя и его восприятие имиджевой продукции включают множество факторов. Одним из главных аспектов является внимание: нестандартные формы упаковки или представления товара способны вызывать больший интерес и привлекают внимание. Исследования показывают, что внимание потребителей можно активизировать через визуальные и сенсорные стимулы, которые выходят за рамки привычных норм [1]. Примером может служить реклама, где используется нестандартная упаковка, отличающаяся от традиционных форм. Такой подход может подчеркивать уникальность продукта, создавая у потребителя ассоциации с креативностью и инновациями.

Нестандартные формы представления продукции способны вызывать яркие эмоциональные реакции. Эмоции играют важную роль в процессе принятия решений и формировании предпочтений. Доказано, что потребители, сопоставляющие бренд с положительными эмоциями, склонны к повторной покупке и более лояльны к марке [4]. Нестандартные презентации, как правило, вызывают удивление и радость, что в свою очередь укрепляет эмоциональную связь между продуктом и потребителем.

Применение нестандартных решений в имиджевой продукции может быть связано с концепцией «артефакта», то есть предмета, который приобретает значение на основе эмоциональной привязанности и индивидуального опыта потребителя [3]. Например, уникальная упаковка может стать не просто оберткой, а объектом желания.

Культурные контексты также играют ключевую роль в восприятии имиджевой продукции. Нестандартные подходы могут вызывать различные ассоциации в зависимости от культурных традиций и обычаев [5]. Например, необычные формы упаковки в странах с традиционными взглядами на эстетику могут восприниматься как нарушение норм и стандартов, тогда как в более открытых к инновациям культурах такие подходы могут оцениваться положительно. Культурные коды влияют на то, как потребители интерпретируют рекламные сообщения и оценивают бренды. Нестандартные подходы в имиджевой продукции, которые не учитывают культурные коды, могут вызывать недоумение, отторжение или даже оскорблечение.

Культурный контекст включает в себя широкий спектр факторов, таких как исторические традиции, религиозные убеждения, социальные нормы, эстетические предпочтения и язык.

Восприятие бренда потребителями является сложным процессом, включающим в себя когнитивные и эмоциональные аспекты [6]. Рассмотрим более подробно эти аспекты:

1. Когнитивные аспекты: Включают в себя знания и убеждения потребителя о бренде, его атрибутах и преимуществах. Нестандартные формы представления имиджевой продукции позволяют формировать новые знания о бренде и укреплять существующие.

2. Эмоциональные аспекты: Включают в себя чувства и эмоции, которые вызывает бренд у потребителя. Нестандартные формы представления имиджевой продукции позволяют создать положительные эмоциональные ассоциации с брендом и повысить его привлекательность.

Действительно, эмоциональные факторы и покупательское поведение тесно взаимосвязаны. Бренды, которые способны вызвать положительные эмоции и сформировать сильные ассоциации, зачастую имеют конкурентное преимущество. Эмоциональная привязанность к бренду влияет на лояльность, а также на желание

потребителя рекомендовать продукцию другим. Таким образом, имиджевая продукция становится инструментом формирования устойчивого имиджа.

Однако важно привлекать внимание потребителей с помощью необычных и креативных форм. Основной причиной, по которой нестандартные формы представления продукции могут оказать значительное влияние на восприятие бренда, является их способность привлекать внимание. В условиях информационного перегруза потребителей, уникальное оформление и необычная подача товара способствуют созданию ярких ассоциаций с брендом. Это приводит к увеличению запоминаемости и формированию положительного имиджа в сознании потребителей. Согласно теориям восприятия в психологии, оригинальные элементы стимулируют активность нейронных цепей в головном мозге, что способствует усилию эмоциональной нагрузки, связанной с брендом.

**Выводы.** Подводя итог вышеизложенному, имиджевая продукция включает в себя товары и услуги, которые созданы для повышения статуса и имиджа бренда, а не исключительно для удовлетворения потребительских нужд. Исследования показывают, что потребители все чаще исходят из эмоциональных факторов и ассоциаций, связанных с брендом, при принятии решений о покупке. Именно поэтому нестандартные формы представления имиджевой продукции являются мощным инструментом формирования положительного имиджа бренда и укрепления связи с потребителями. Они позволяют выделиться на фоне конкурентов, привлечь внимание целевой аудитории и создать запоминающиеся впечатления. Однако, для достижения максимального эффекта необходимо учитывать когнитивные и эмоциональные аспекты воздействия, а также факторы, определяющие эффективность нестандартных форм продвижения.

#### **Список литературы:**

1. Антонова, Н.В. Взаимосвязь идентичности потребителя и индивидуальности бренда как фактор приверженности бренду / Н.В. Антонова, В.Д. Морозова // Социальная психология и общество. – 2015. – Т. 6. – № 4.
2. Барлоу, Дж. Сервис, ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество / Дж. Барлоу, П. Стюарт; пер. с англ. – М.: Изд-во ЗАО «Олимп-Бизнес», 2009.
3. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр; пер. Е.А. Самарская. – М.: Культурная революция; Республика, 2006.
4. Власова, М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях / М.Л. Власова // Гос. Ун-т Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ.
5. Геннадьевна, В.Д. Особенности адаптации иностранных брендов в Российской Федерации / В.Д. Геннадьевна // Современное общество и власть. – 2016. – № 4 (10).
6. Голубков, Е.П. Еще раз о понятии «бренд»/ Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – М.: Изд-во «Фин-пресс», 2006. – № 2.
7. Дерябин, М.Л. Бренд-дискурс / М.Л. Дерябин // Дискурс-Пи. – 2016. – Т. 13. – № 3-4.

## ФОРМИРОВАНИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО КОНТЕНТА НА ПРИМЕРЕ СЕВЕРО-КАЗАХСАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Слапинскайтe Кристина Александровна,

студентка кафедры «Журналистика и социальные науки»

Северо-Казахстанский университет имени Манаша Козыбаева (г. Петропавловск);

Морозова Татьяна Александровна,

старший преподаватель кафедры «Журналистика и социальные науки»

Северо-Казахстанский университет имени Манаша Козыбаева (г. Петропавловск)

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию формирования этнокультурного контента в средствах массовой информации на примере Северо-Казахстанской области. В рамках исследования было проведено анкетирование среди 32 студентов специальности «Журналистика», обучающихся в регионе. Целью исследования было выявление отношения студентов к роли СМИ в представлении многообразия культур в журналистике. Результаты анкетирования показали, что студенты осознают значимость этнокультурного контента, но отмечают необходимость дальнейшего изучения этой темы в образовательной программе. В статье подчеркивается роль журналистов в формировании диалога между различными этническими группами и в продвижении традиций, языка и культуры народов Северо-Казахстанской области. Автор также акцентирует внимание на необходимости разработки методических рекомендаций для журналистов по созданию и продвижению этнокультурного контента. Подчеркивается, что внедрение таких инициатив способствует укреплению межэтнического согласия и сохранению культурного наследия региона.

**Ключевые слова:** этнокультурный контент, журналистика, средства массовой информации, Северо-Казахстанская область, культурное многообразие, этническая идентичность, межкультурное взаимодействие.

**Annotation.** The article is dedicated to the study of the formation of ethnocultural content in the media, using the North Kazakhstan Region as an example. As part of the research, a survey was conducted among 32 journalism students studying in the region. The aim of the study was to identify students' attitudes toward the role of the media in representing cultural diversity in journalism. The results of the survey showed that students recognize the importance of ethnocultural content but note the need for further study of this topic within the educational curriculum. The article highlights the role of journalists in fostering dialogue between different ethnic groups and in promoting the traditions, language, and culture of the peoples of the North Kazakhstan Region. The author also emphasizes the need to develop methodological guidelines for journalists on creating and promoting ethnocultural content. It is highlighted that the implementation of such initiatives contributes to strengthening interethnic harmony and preserving the cultural heritage of the region.

**Key words:** ethnocultural content, journalism, mass media, North Kazakhstan Region, cultural diversity, ethnic identity, intercultural interaction.

**Постановка проблемы.** Этнокультурный контент в средствах массовой информации выполняет ключевую функцию в сохранении и распространении культурных традиций, языков и обычаяев различных этнических групп. В условиях глобализации и интеграции стран особое значение приобретает разработка контента, отражающего культурное многообразие, особенно в многонациональных регионах, таких как Северо-Казахстанская область. Создание этнокультурного контента в современном обществе требует от журналистов не только высокой профессиональной квалификации, но и глубокого понимания этнокультурных особенностей региона.

Этнокультурная политика Казахстана основывается на принципах мультикультурализма, уважения и сохранения культурного разнообразия. Важным элементом данной политики является развитие трехъязычия, охватывающее казахский, русский и английский языки, что способствует толерантному взаимодействию между различными этническими группами. К основным направлениям этнокультурной

политики Казахстана следует отнести поддержку национальных культурных мероприятий, фестивалей и других проектов, направленных на сохранение и продвижение этнокультурных традиций.

Кроме того, большое внимание уделяется сохранению и развитию языков и культур всех этнических групп, что способствует укреплению культурного наследия страны, которое в периоды колонизации, коллективизации и прихода к Советской власти не было возможным. Важным аспектом является создание условий для диалога и интеграции различных этнических общностей, что способствует социальной сплоченности и гармонии. Также значительное внимание уделяется развитию национальных СМИ и этнокультурных учреждений, которые играют ключевую роль в распространении этнокультурной информации и поддержании многообразия культур в обществе.

**Изложение основного материала.** Этнокультурный контент охватывает широкий спектр как традиционных культурных элементов, таких как фольклор, ремесла и музыка, так и современные формы, включая медиапродукцию, литературу, образовательные программы и культурные мероприятия. Ключевым аспектом является обеспечение доступности этнокультурного контента для различных групп населения с учетом их потребностей и интересов. В Северо-Казахстанской области активно развивается медиапространство, включая местные телевизионные каналы, радио и онлайн-ресурсы, которые освещают как этнические, так и культурные события, направленные на укрепление межнационального согласия. В образовательной сфере также предпринимаются шаги для продвижения этнокультурного контента, включая создание специализированных курсов и программ, посвященных изучению культурных особенностей различных народов. В школах и колледжах региона активно внедряются проекты, ориентированные на этнокультурное разнообразие, которые включают организацию тематических мероприятий, лекций и культурных выставок. Примером такой работы является Северо-Казахстанский университет имени Манаша Козыбаева, где активно поощряется проведение мероприятий, способствующих межкультурному обмену. Так, в октябре 2024 года студенты-индийцы организовали и провели праздник Дивали, познакомив местных студентов с особенностями этого праздника, его традициями и практическими аспектами. Подобные мероприятия помогают студентам узнать и понять культуру других народов, что способствует укреплению межэтнического согласия и уважения в многонациональном обществе.

Таким образом, этнокультурное образование и формирование этнокультурного контента являются взаимосвязанными процессами, направленными на сохранение, развитие и распространение культурных традиций, языков и обычаяев различных этнических групп. Этнокультурное образование способствует воспитанию личности, обладающей высоким уровнем этнического самосознания, а также уважением и пониманием культурного многообразия. Оно направлено на развитие способности к самоопределению в условиях глобализирующегося мира и формированию уважительного отношения к культуре других народов.

В свою очередь, этнокультурный контент – это средства и формы передачи знаний о культурном наследии, традициях и языках, которые играют ключевую роль в реализации целей этнокультурного образования. Включение этнокультурных элементов в медиа-продукцию, образовательные программы, культурные мероприятия и литературу способствует распространению информации о культурных особенностях и традициях разных народов, тем самым расширяя горизонты восприятия и укрепляя межкультурный диалог. Таким образом, этнокультурное образование и этнокультурный контент взаимодополняют друг друга, обеспечивая эффективное распространение знаний о культурном разнообразии и способствуя укреплению социальной гармонии в многонациональном обществе.

В современном мире этнокультурная компетентность является важнейшим свойством личности, которое выражается в совокупности объективных представлений и знаний о родной культуре. Это качество реализуется через умения, навыки и модели поведения, способствующие эффективному межэтническому взаимопониманию и взаимодействию. В условиях глобализации и культурного многообразия, развитие этнокультурной компетентности становится неотъемлемой частью личностного и

профессионального роста. Это важно не только для сохранения и передачи культурных традиций, но и для формирования гармоничных отношений между различными этническими группами [2].

Этнокультурно компетентный человек способен не только уважать и понимать свою культуру, но и взаимодействовать с представителями других народов, учитывая их традиции и особенности. В этом контексте этнокультурный контент играет важную роль, так как он является основным инструментом в распространении знаний о культурных ценностях и традициях разных народов. Он способствует не только образовательному процессу, но и созданию среды, в которой возможно поддержание диалога и уважения между различными этническими группами, что укрепляет межкультурные связи и способствует социальной гармонии.

Как отмечает Вера Васильевна Лешина в статье «Этнокультурный компонент в образовательной деятельности педагога», этнокультурное образование ориентировано на развитие личности как субъекта конкретного этноса и представителя мирового сообщества, способного к самоопределению в условиях современной цивилизации. Оно направлено на решение трех основных задач: в этнокультурном аспекте – воспитание личности как носителя определенной культуры с высоким уровнем этнического самосознания; в межкультурном – формирование личности, знающей и уважающей культуры других народов; в поликультурном – приобщение к общечеловеческим культурным ценностям [3].

В рамках данного исследования мы стремимся выявить восприятие этнокультурного контента и отношение студентов к формированию этнокультурных ценностей, что, в свою очередь, способствует более глубокому пониманию важности этнокультурного образования в процессе социализации и межкультурного обмена.

Практическая часть исследования посвящена анализу уровня этнокультурной компетентности и восприятию ее значимости в современном обществе. Для этого был проведен анкетный опрос среди студентов Северо-Казахстанского университета имени Манаша Козыбаева, обучающихся по специальности «Журналистика», направленный на выявление понимания ключевых аспектов этнокультурной компетентности среди респондентов. Первый вопрос, заданный участникам, сформулирован следующим образом: *«Как бы вы определили понятие этнокультурной компетентности?»*. Этот вопрос носит общий характер и задает основу для последующего анализа восприятия и значимости этнокультурной компетентности в контексте межкультурных взаимодействий.

Результаты опроса демонстрируют, что большинство респондентов (62,5%) определяют этнокультурную компетентность как способность эффективно взаимодействовать с людьми разных культур, уважая их традиции. Это подчеркивает ключевую роль взаимопонимания и уважения в межэтническом общении. Примечательно, что 18,8% участников считают, что этнокультурная компетентность включает все предложенные аспекты, что говорит о многогранности восприятия этого понятия.

Однако 12,5% респондентов сосредотачиваются исключительно на понимании и уважении своей собственной культуры, что может свидетельствовать о необходимости расширения представлений об этнокультурной компетентности через образовательные и просветительские инициативы. Низкие показатели, отмеченные в таких вариантах, как избирательное восприятие информации (3,1%) и способность вести культурную политику (3,1%), указывают на менее распространенное понимание этих аспектов среди участников.

Полученные данные подтверждают важность развития этнокультурной компетентности как комплексного навыка, направленного на содействие гармоничному существованию различных этнических групп в условиях растущей глобализации.

Анкетирование также демонстрирует результаты о важности развития этнокультурной компетентности. Большинство респондентов (53,1%) считают, что развитие этнокультурной компетентности очень важно, поскольку это помогает лучше понимать другие культуры. Это свидетельствует о высоком уровне осознания необходимости межкультурного взаимодействия и взаимопонимания в современном обществе.

43,8% участников опроса ответили, что для них это важно, но не всегда применимо в повседневной жизни, что может указывать на признание ценности этнокультурной компетентности, но с определенными ограничениями, когда она не имеет практического применения в их ежедневной деятельности. Только 3,1% респондентов отметили, что для них это не имеет значения, что демонстрирует минимальный процент людей, для которых этнокультурная компетентность не является важным аспектом жизни.

Эти данные показывают, что большинство студентов понимают важность развития этнокультурной компетентности, что может быть полезно не только в академической и профессиональной сфере, но и в повседневной жизни, способствуя лучшему пониманию и уважению других культур.

Одним из важных вопросов, рассматриваемых в данном исследовании, заключается в роли этнокультурного контента в Северо-Казахстанской области. Результаты анкетирования показывают, что подавляющее большинство респондентов (81,3%) оценивают роль этнокультурного контента в СМИ как очень важную, подчеркивая, что он помогает лучше понять и уважать другие культуры. Это свидетельствует о высокой степени осознания значимости этнокультурного контента для формирования межкультурного диалога и взаимопонимания в обществе. В то же время, 18,8% респондентов считают его не столь важным, поскольку их интересуют другие темы. Эти данные отражают разнообразие мнений среди студентов и могут служить отправной точкой для дальнейших исследований, направленных на изучение восприятия этнокультурного контента в разных социальных группах.

Данные, представленные в опросе, демонстрируют явное преимущество в пользу мнения о важности изучения традиций и обычая других этнических групп. 78,1% респондентов подчеркивают, что это способствует лучшему взаимопониманию. Этот результат отражает растущую необходимость в межкультурном диалоге в современном глобализированном обществе, где взаимодействие различных культур стало повседневной реальностью. Однако 21,9% респондентов, полагающих, что изучение традиций других этнических групп не имеет большого значения, указывают на существование альтернативных точек зрения. Этот результат может быть связан с недостаточным опытом межкультурного общения или с акцентом на собственной культурной идентичности.

Также рассматривался вопрос влияния этнокультурного контента на отношение к людям разных национальностей. Большинство респондентов (62,5%) признают положительное влияние этнокультурного контента на их отношение к людям разных национальностей, подчеркивая его роль в развитии взаимопонимания и уважения. Это свидетельствует о значимости культурно-ориентированных образовательных и медийных программ, способствующих укреплению межэтнических связей.

21,9% респондентов считают, что этнокультурный контент влияет на их восприятие, но в основном только в контексте изучения культуры других народов. Этот подход указывает на избирательное восприятие, где контент воспринимается как источник знаний, не как инструмент для формирования ценностного отношения. Интересно отметить, что 15,6% участников опроса заявили, что этнокультурный контент никак не влияет на их отношение к представителям других национальностей. Это может быть связано с индивидуальными предпочтениями или предрасположенностью, а также с недостаточным погружением в такие материалы.

Большинство респондентов также считают важным, чтобы образовательные учреждения обучали студентов этнокультурной компетентности, утверждая, что это способствует формированию уважения и понимания разных культур. Это свидетельствует о высоком уровне осознания необходимости включения этнокультурного образования в учебные программы для подготовки специалистов, способных работать в многонациональной и межкультурной среде. В то же время, 18,8% опрошенных не считают обучение этнокультурной компетентности обязательным в образовательной программе, что может отражать мнение о важности других аспектов профессиональной подготовки. Эти результаты подчеркивают важность дальнейших дискуссий о роли этнокультурной компетентности в образовательной системе и ее значении для формирования гармоничных межкультурных отношений в обществе. В

современном мире, где культурное разнообразие становится неотъемлемой частью социального ландшафта, особое внимание следует уделять институтам, которые занимаются продвижением этнокультурного контента и поддержанием диалога между этносами.

В этом контексте важную роль играет Ассамблея народа Казахстана, которая активно формирует этнокультурный контент и содействует укреплению межэтнического согласия в стране, включая Северо-Казахстанскую область. Основной задачей Ассамблеи является консолидация усилий различных этнических и конфессиональных групп в рамках единой казахстанской гражданской идентичности, что служит примером успешного взаимодействия для других мультикультурных обществ.

Важным аспектом является активное взаимодействие с образовательными учреждениями, в том числе с университетами региона, для воспитания студентов в духе толерантности, уважения к культурному многообразию и развитию казахстанского патриотизма. Кроме того, ассамблея активно сотрудничает с научными центрами и университетами, что позволяет эффективно распространять информацию о научных достижениях в сфере этнополитики и укреплять духовно-культурную общность народа Казахстана. Важным направлением является популяризация знаний о культурных и исторических особенностях различных народов, что способствует созданию гармоничного этнокультурного контента в средствах массовой информации [4].

Формирование этнокультурного контента в Северо-Казахстанской области играет важную роль в укреплении межнационального согласия и культурного многообразия. В области активно развиваются как традиционные формы культурной работы, так и современные направления в медиаконтенте и образовании. Анкетирование показало высокий интерес населения к сохранению и популяризации культурных традиций разных народов, а также подтвердило необходимость дальнейшего развития этнокультурного контента в различных сферах жизни региона.

Этнокультурная компетентность, заключающаяся в способности уважать и понимать как свою собственную культуру, так и культуры других народов, играет ключевую роль в укреплении социальной гармонии. Этнокультурный контент, как инструмент распространения знаний о традициях и ценностях различных этносов, способствует формированию среди для межкультурного диалога и уважения. Это подтверждается данными опросов, где 62,5% респондентов признают, что этнокультурный контент положительно влияет на их отношение к представителям других национальностей, а 78,1% подчеркивают важность изучения традиций и обычаем для взаимопонимания. Таким образом, такие материалы не только дополняют образовательный процесс, но и способствуют укреплению межэтнических связей.

**Выводы.** Эти результаты подчеркивают необходимость включения этнокультурного контента в образовательные программы и общественные инициативы. Его интеграция в систему образования и культурные проекты может стать основой для повышения уровня этнокультурной компетентности граждан. Кроме того, деятельность таких организаций, как Ассамблея народа Казахстана, которая направлена на консолидацию усилий различных этнических групп, играет решающую роль в формировании единой гражданской идентичности и социального согласия. В условиях глобализации подобные подходы могут служить успешной моделью для других мультикультурных сообществ.

Журналисты играют ключевую роль в формировании диалога между этническими группами Северо-Казахстанской области, способствуя взаимопониманию и уважению. Они освещают жизнь различных общин, продвигают традиции и языки народов, помогают сохранять культурное наследие. Через свою работу журналисты создают инклюзивное пространство, противостоя ксенофобии и поддерживая толерантность. Они также способствуют языковому и культурному обмену, укрепляя идентичность народов и гармонизацию межэтнических отношений. Для эффективного формирования этнокультурного контента необходимо продолжать активную работу в области образования, медиапродукции и организации культурных мероприятий, обеспечивая доступность и разнообразие культурных программ для всех жителей области.

### **Список литературы:**

1. Результаты социологического опроса по теме: «ФОРМИРОВАНИЕ Этнокультурного контента на примере Северо-Казахстанской области». – [https://docs.google.com/document/d/1kaC8ROGi9pXZmC496Bs1RvM359W0LZxb7jsc\\_5m2R3E/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1kaC8ROGi9pXZmC496Bs1RvM359W0LZxb7jsc_5m2R3E/edit?usp=sharing) (дата обращения: 21.12.2024)
2. Этнокультурный компонент в образовании: что это значит? // Яндекс.Дзен. – 2022. – URL: <https://dzen.ru/a/ZW2fz5iU63hARAyb> (дата обращения: 24.11.2024)
3. Этнокультурный компонент в образовательной деятельности педагога // НС портал. – 2022. – 22 июня. – URL: <https://nsportal.ru/nachalnaya-shkola/raznoe/2022/06/22/etnokulturnyy-komponent-v-obrazovatelnoy-deyatelnosti-pedagoga> (дата обращения: 24.11.2024)
4. Ku.edu.kz: сайт. – 2011. – URL: <https://ku.edu.kz/> (дата обращения: 19.12.2024)

**УДК 379.828**

## **НАСТОЛЬНАЯ ИГРА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ МОЛОДЕЖИ В ИСКУССТВЕ**

**Снатович Анжелика Богдановна,**

кандидат педагогических наук

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Прутковская Виктория Владимировна,**

студентка 6 курса направления подготовки «Графика»  
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Актуальность статьи обусловлена необходимостью популяризации искусства среди молодежи для формирования творческого и развивающегося общества. Для привлечения новой заинтересованной аудитории среди молодежи необходимо создание особой формы подачи материала. В статье рассматриваются настольные игры с позиции одного из механизмов повышения мотивации к обучению у молодежи и вовлеченности в различные сферы культуры. Проанализирован опыт применения технологий геймификации на примере настольной игры исторической направленности. Обоснован потенциал настольных игр как инструмента распространения информации и привлечения новой аудитории. Изложен авторский практический опыт разработки концептуально-графического решения тематической настольной игры «Неподдельное искусство». Цель данной игры, с позиции механизма повышения мотивации к обучению, заключается в привлечении внимания к изучению искусства у молодой аудитории, которая не ознакомлена с произведениями и их авторами, а также стимулированию интереса к культурному наследию.

**Ключевые слова:** настольная игра, игрофикация, мотивация, игровые технологии, интерактивный метод, образовательный потенциал.

**Annotation.** The relevance of the article is due to the need to popularize art among young people in order to form a creative and developing society. To attract a new interested audience among young people, it is necessary to create a special form of presentation of the material. The article examines board games from the perspective of one of the mechanisms for increasing motivation to learn among young people and involvement in various fields of culture. The experience of using gamification technologies is analyzed using the example of a historical board game. The potential of board games as a tool for spreading information and attracting a new audience is substantiated. The author's practical experience in developing a conceptual and graphical solution for the thematic board game "Genuine Art" is presented. The purpose of this

game, from the perspective of a mechanism for increasing motivation to learn, is to attract attention to the study of art from a young audience that is not familiar with the works and their authors, as well as to stimulate interest in cultural heritage.

**Key words:** board game, gamification, motivation, game technology, interactive method, educational potential.

**Постановка проблемы.** На данный момент множество государственных и региональных проектов направлены на повышение вовлеченности и развития молодежи в искусстве и культуре. Большая часть данных проектов – это конкурсы, состязания, олимпиады, где принимают участие молодые люди, которые ранее интересовались этой сферой и были ознакомлены с материалом. Для привлечения новой заинтересованной аудитории среди молодежи необходимо создание особой формы подачи материала.

Одним из решений этой проблемы является, создание новых интерактивных и интересных образовательных проектов о произведениях, авторах и течениях. Разработка настольной игры позволит познакомить молодую аудиторию с живописью в развлекательной форме. Метод игрофикации – это введение в обучение игровых механик, например, вознаграждение, соревнование, достижение, обратная связь, что позволяет увеличить вовлеченность аудитории и сделать процесс обучение более увлекательным.

Целью настоящей статьи выступает исследование настольных игр как одного из методов обучения молодежной возрастной группы и разработана концепция обучающей тематической настольной игры, способствующей повышению заинтересованности молодой аудитории в искусстве.

Актуальность данной темы обусловлена в необходимости популяризации искусства среди молодежи, поскольку если все меньше общество будет интересоваться искусством, люди перестанут развивать в себе видение и чувство прекрасного, свой творческий потенциал. Это затронет не только сферу культуры, но и прогресс и развитие общества в целом.

В соответствии с поставленной целью был сформулирован ряд задач, таких как:

1. Сбор и анализ предметном поле исследования;
2. Изучение существующих дизайн решений в сфере тематических настольных игр, способствующей популяризации искусства;
3. Разработка концепции, дизайна, игровых механик и структуры тематической настольной игры, способствующей повышению заинтересованности молодой аудитории в искусстве.

В рамках исследования предметной области был проведен сбор и анализ литературных источников, которые были разделены на тематические группы. Первая группа работ посвящена изучению истории развития настольных игр и влияние их на общество в России (Костюхина М.С., Кудрина Е.В.). Вторая группа источников рассматривает актуальные тенденции в области индустрии настольных игр (Герасикова Е.Н., Родина Е.Н., Шпакова Г.А., Березнев Ю.А. и Шишов Д.Д., Андреев Е.А., Джесси Шелл, Алферов Д.А.). Третья группа источников посвящена вопросам коммуникационного потенциала настольных игр и их роли в социализации и личностном развитии (Каткова А.Л., Булычева Е.С., Каткова А.А., Родикова И.Е., Бирюкова А.А., Фесик К.А., Мочалова Н.Ю., Колясникова А.В., Шульгина Т.А.).

**Изложение основного материала.** Использование игрофикации является одним из распространенных и продуктивных методов в обучении. Чурзина Е.Ю., Светкина Т.Ф. рассматривают игрофикацию, как эффективный метод в повышении интереса у студентов к конкретному предмету, так и стремлению к учебе, она «позволяет мотивировать обучающихся к самостоятельному освоению материала, что значительно повышает их успеваемость и позволяет быстрее достигать образовательных целей» [4, С. 47]. Чурзина Е.Ю., Светкина Т.Ф., также говорят о ключевых элементах игрофикации, которыми являются игровые механики (правила, задачи, очки, бейджи и другие награды) и динамики (последовательность событий и взаимодействия участников). Для увеличения мотивации студентов активнее участвовать в процессе обучения, стоит провести анализ их потребностей, из которых можно определить тип поощрения.

При этом настольные игры имеют ограниченную роль в образовании и не могут заменить традиционные методы обучения. По мнению Фесик К.А., Мочалова Н.Ю. «игра не позволяет в полной мере описать исторический процесс, что указывает на ее ограниченность как основного метода в обучении» [3, С. 4]. Авторы проводят эксперимент в двух девятых классах, где предоставляют одному классу игровой формат обучения, а для другого класса проводили обычные уроки истории. Данный эксперимент показал, что внедрение игр на уроках истории улучшают запоминание материала, но недостаточны для полного раскрытия темы. Необходимо использовать комплексный подход к обучению, не сводя его к заучиванию терминов, а знания должны быть интегрированы в мировоззрение учащихся.

В современном обществе настольные игры являются привлекательной формой для ознакомления молодежи с чем-то новым, так как все больше обретают популярность как вид досуга. Андреев Е.А. отмечает «Продолжающийся высокими темпами рост рынка показывает, что число новых субъектов, увлекающихся настольными играми, растет» [1, С. 119].

Если говорить о историческом контексте настольных игр, они были также популярны. В научной статье «Военные настольные игры в русской досуговой культуре и воспитательных практиках XIX начала XX века» [2] автор Костюхина Марина Сергеевна рассматривает историю и типологию настольных игр, их роль в досуге и воспитании общества в военное время XIX начала XX века. Появление настольных игр в военное время кроме обучения, помогало уменьшать усталость от войны населения и принимать ситуацию как необходимую меру для защиты их дома.

Таким образом, настольные игры имеют большой потенциал для привлечения новой аудитории они продолжают набирать популярность не только в сфере досуга, но и начинают применяться в сфере обучения. Это позволяет рассматривать настольные игры как механизм стимулирования к обучению в развлекательной и ненавязчивой форме.

Далее в статье излагается авторский практический опыт разработки концептуально-графического решения тематической настольной игры «Неподдельное искусство».

Описание авторского проекта. Проект является разработкой концептуально-графического решения тематической настольной игры «Неподдельное искусство». Данная игра создана привлечь внимание к изучению искусства у молодой аудитории, которая не ознакомлена с произведениями и их авторами, а также стимулированию интереса к культурному наследию.

Смысловая концепция проекта звучит как: «Знакомство с направлениями модернизма через конкуренцию за оригиналы мировых шедевров». Формат настольной игры с шутливым контекстом, лучше всего подходит для ненавязчивого знакомства с миром искусства.

Проектно-стилистическая концепция настольной игры является карточной игрой с ролевыми элементами, где игроки представляют собой музеи и соперничают за самую прибыльную коллекцию. Процесс борьбы участников происходит по средствам «вредных» или «негативных» карточек-действий, которые соперники подбрасывают друг другу. С помощью аддиктивной механики, игроки завлекаются к взаимодействию со сферой искусства.

Художественно-практическая часть проекта включает игровой комплект: коробка, игровые карты (карты действий, картин и спроса), поле баллов, правила игры, печатное издание (артбук), фигурки игроков, ширмы игроков.

Концептуальные особенности проекта:

В начале игры участники перемешивают колоды картин и событий по отдельности, после чего размещают колоды шапкой вверх в центре стола. В первом раунде игроки наугад берут из общих колод по 5 (пять) карт картин и 2 (две) карты событий. Затем начинается первый раунд игры.

Игра состоит из раундов, каждый из которых состоит из трех различных фаз:

1. Фаза подготовки – в эту фазу самый младший участник заменяет карточку спроса, оставшуюся с прошлого раунда на новую, верхнюю из колоды, размещая в открытую рядом с картой подсчета очков. Затем игроки размещают на свои планшеты не более 3 (трех) карт картин из числа имеющихся у них на руках, скрывая от остальных

участников отметку подлинности. Если с прошлого раунда на планшете игрока остались карты картин, их можно поменять на другие, либо просто вернуть в руку, также скрывая отметку подлинности.

2. Фаза действий – начиная от самого младшего участника, поочередно игроки выполняют по своему усмотрению не более двух доступных действий из указанных, при этом игроку нельзя выполнить за один раунд одно и то же действие дважды.

3. Фаза подсчета очков – начиная от самого младшего участника, поочередно игроки выполняют подсчет очков, в зависимости от расположенных в этот момент картин на их планшетах.

Победителем считается игрок, который первым достигнет 100 победных очков.

Данный проект несет в себе образовательно-досуговую задачу. Неформальная игровая обстановка будет помогать участникам неосознанно запоминать информацию, которая содержится в игре. Один из аспектов влияющего на обучение, при этом создает расслабленную атмосферу – это общение. Благодаря коммуникации в игре процесс становится увлекательнее и у участников повышается мотивация и вовлеченность. Люди развиваются не только свои вербальные и невербальные навыки общения, но и учатся выражать свои мысли и идеи. Обсуждение и наблюдение игры с другими участниками помогают совершенствовать аналитические и стратегические способности человека. Обратная связь между игроками позволяет лучше понять свои ошибки и улучшить навыки.

Особенностью проекта является еще один важный аспект игры, который так же влияет на образовательную часть. Высмеивание поведения в музеях, посредством изображения карикатурных сцен на игровых карточках. Некоторые иллюстрируемые сцены являются отсылками к произошедшему в действительности инцидентам, что должно способствовать фиксации данной информации у участников игры. В ходе игры участники будут обращать внимание на изображения, обсуждать их содержание, формируя общую позицию. Такой подход направлен на формирование у молодежиуважительного отношения к искусству, а также соблюдение правил этикета, поведения в музеях.

Художественно-технические особенности проекта.

1. В игре представлено 3 вида карт – действий, картин и спроса. Данные карты имеют разные функциональные особенности для игры, при этом все они являются одними из главных элементов в проекте.

Шапки для карт имеют минимальные отличия друг от друга по дизайну. Для фона используется легкий и ненавязчивый паттерн в виде узоров в стиле ампир. Это создает ассоциацию с обоями, которые часто можно встретить в музеях. Основной цвет фона для каждого вида карт меняется – для карт событий используется темно-синий, для карт картин – темно-зеленый, а для карт спроса – темно-коричневый. Также на шапке написан заголовок вида, которому эта карта принадлежит, это сделано с целью упрощения систематизации и удобства использования. Игра престроена на противопоставлении структурированности и беспорядка, в дизайне шапки это подчеркивается заваленной набок рамкой для картины, что создает немного асимметричную композицию.

В картах картин центром композиции является сама картина. Картина занимает большую часть пространства карты, с целью удобного изучения изображения игроками. Сверху располагается информация о названии и авторе полотна. Эти данные имеют определенный цвет, олицетворяющий автора работы. Фон в данной карте также повторяет паттерн на шапке, но цвет фона на стороне картины уже обозначает направление или течение в искусстве, которому принадлежит данная работа. Благодаря цветовым ассоциациям игроки активнее будут запоминать информацию о картине, а также быстрее ориентироваться в игре, даже если взаимодействуют с игрой впервые. Шрифт для данных о авторе и названии работы используется в рукописном стиле, при этом он ровный и подчеркивает в данной карте сторону структурированности. Для создания эффекта беспорядка снизу расположена информация обозначающая оригинальность или поддельность работы в виде грубой печати. Это поддерживает стилистическое решение игры в противопоставлении структурированности и беспорядка.

На картах событий содержится изображение иллюстрирующее это событие, которое выполнено в карикатурном, гротескном стиле и высмеивает невежество и невоспитанность. Некоторые иллюстрации являются отсылками к существующим

событиям или произведениям искусства. Это должно помогать игрокам подсознательно запоминать информацию и формировать уважительное отношение к предметам искусства. Иллюстрация события обрамляется также ассиметричной рамкой для картин.

Название на карточке события выполнено в виде грубой печати, которая уходит в иллюстрацию. Снизу располагается информация механизма действия события в рукописном стиле. Фон за рамкой и иллюстрацией повторяет паттерн и цвет для шапки карт событий.

Карта спроса является важной для процесса игры картой, при этом она меньше других используется во взаимодействии участников между собой. Благодаря данной карте игроки узнают какое направление или течение принесет в любом по счету кругу больше очков обладателям картин с этим направлением. Карта спроса представляет собой коллаж из картин данного направления и его названия.

2. Поле баллов несет в себе цель упрощения подсчета баллов игроков. За каждый круг игроки подсчитывают свои баллы и передвигаются по шкале.

3. Фигурки игроков представляют собой музеи, роли которых будут отыгрывать участники. Каждый музей имеет свои бонусы и преимущества.

4. Ширмы игроков – это картонные планшеты, которые участники игры используют для демонстрации своих картин. Они имеют общую иллюстрацию в виде стены с золотыми вставками. Под каждую картину выделены окошки, которые обрамляют картины рамки. В нижней внутренней части рамки есть складка куда игроки будут вставлять свои картины для выставок.

5. Правила игры и артбук объединены в один небольшой буклет, но разделяются шмидтитулом. Правила разделены на подглавы: состав игры, цель игры, расстановка, ход игры с описанием каждой фазы. В части артбука располагаются подглавы с краткой информацией о каждом художнике и картины, использующиеся в игре.

6. Коробка имеет вытянутую форму и конструкцию короб-крышка и дно. На обложке коробки находится название игры и иллюстрация. По бокам дополнительная информация, а также дублируется название игры для удобного хранения в шкафу.

**Выводы.** Резюмируя вышеизложенное, можно прийти к выводу, что настольные игры в качестве одного из механизмов максимизации эффективности процесса обучения, а также повышения заинтересованности различных возрастных групп в сфере искусства, имеют высокий потенциал. Автором предложен проект концептуально-графического решения в части разработки тематической настольной игры, направленной на повышение заинтересованности молодой аудитории в искусстве.

#### **Список литературы:**

1. Андреев, Е.А. Формирование и уровень развития гик-культуры настольных игр в России / Е.А. Андреев // Вестник культуры и искусств. – 2017. – № 5. – С. 115-121
2. Костюхина, М.С. Геймификация – Военные настольные игры в русской досуговой культуре и воспитательных практиках XIX – начала XX века / М.С. Костюхина // Труды Карельского научного центра Российской академии наук. – 2013. – № 4. – С. 56-67
3. Фесик, К.А. Применение настольных игр как интерактивного метода в обучении истории / К.А. Фесик, Н.Ю. Мочалова // Наука и перспективы. – 2023. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenie-nastolnyh-igr-kak-interaktivnogo-metoda-v-obuchenii-istorii> (дата обращения 12.02.2025)
4. Чурзина, Е.Ю. Геймификация – новый тренд в образовании как средство повышения успеваемости студентов / Е.Ю. Чурзина, Т.Ф. Светкина // Современное педагогическое образование. – 2019. – № 5. – С. 45-50

**СЛОЖНОСТРУКТУРНОЕ ИЗДАНИЕ «НЕНЦЫ» КАК РЕСУРС ДЛЯ  
ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА**

**Шведова Лариса Евгеньевна,**

кандидат технических наук, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Джуган Дарья Викторовна,**

студентка 6 курса направления подготовки «Графика»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме недостаточной осведомленности молодого поколения о культуре ненецкого народа в условиях глобализации, где сохранение этнического многообразия является важным фактором поддержания социальной стабильности. Ограниченнность современных источников информации о ненцах выявляет потребность в новых подходах к популяризации их наследия. В центре исследования – создание сложноструктурного издания «Ненцы», которое объединяет этнокультурные особенности, книжный дизайн и визуальные инструменты. Проект опирается на художественно-стилистический анализ изданий, изучение существующих инициатив, а также на литературный обзор. Исходя из результатов анализа, статья предлагает рассмотреть издание в качестве инструмента, способствующего как сохранению наследия ненцев, так и укреплению межкультурной коммуникации.

**Ключевые слова:** сложноструктурная книга, твердый переплет, межкультурный диалог, малочисленный народ ненцы, оригинальная верстка, инфографика, авторские рисунки.

**Annotation.** The article is devoted to the problem of insufficient awareness of the younger generation about the culture of the Nenets people in the context of globalization, where the preservation of ethnic diversity is an important factor in maintaining social stability. The limited nature of modern sources of information about the Nenets reveals the need for new approaches to popularizing their heritage. The study focuses on the creation of a complex-structured publication "Nenets", which combines ethnocultural features, book design and visual tools. The project is based on an artistic and stylistic analysis of publications, a study of existing initiatives, as well as a literature review. Based on the results of the analysis, the article proposes to consider the publication as a tool that contributes to both the preservation of the Nenets heritage and the strengthening of intercultural communication.

**Key words:** complex-structured book, hardcover, intercultural dialogue, small people of the Nenets, original layout, infographics, author's drawings.

**Постановка проблемы.** Проблема информирования молодого поколения о народности стоит остро, о чем свидетельствуют многочисленные проекты, программы и мероприятия, направленные на популяризацию, сохранение и развитие культурного достояния страны [1], [2], [6]. В условиях глобализации и современного мира, в котором многообразие культур становится важным аспектом социальной устойчивости, актуальность проекта, направленного на изучение и популяризацию культуры ненцев – малочисленного народа России, приобретает особое значение. Проблема дефицита современных и доступных источников информации о народностях является не только локальной, но и глобальной, что подчеркивается растущим интересом к вопросам этнокультуры и сохранения культурного наследия. Одним из инструментов, решающих данную проблему, может служить издание, способствующее поднятию осведомленности читателя о многообразии народов и их самобытной культуре. Однако доступные

источники, способные полноценно раскрыть многогранность народов РФ через современную, эстетичную и доступную подачу, ограничены узким кругом, так как существующие решения в основном сводятся к традиционным научным публикациям.

Существующая ситуация, характеризующаяся ограниченным кругом доступных материалов о ненцах, свидетельствует о необходимости создания новых подходов к информированию. Таким образом, актуальность издания «Ненцы» обусловлена решением проблемы ограниченного круга современных источников информации о ненцах, а также разработкой полезного инструмента для сохранения культурного наследия. Сложноструктурное издание «Ненцы» может оказать положительное влияние на социальное сознание общества, содействуя укреплению межкультурного диалога и взаимопонимания среди различных этнических групп.

**Изложение основного материала.** Для выявления проблемных аспектов была использована литература, которая освещает основные направления: культурный код ненцев [4], [5], [12], дизайн сложноструктурного издания [3], [8], [10], [11], использование визуальных средств в образовательном контексте и для установления межкультурной коммуникации [9], [13]. Также в рамках данного исследования были рассмотрены существующие подходы к представлению ненецкой культуры в визуальных проектах и проанализированы аспекты их эффективности.

Ненецкая культура представлена в виртуальном проекте «Кочевники Арктики: искусство движения», где сайт выполняет роль «живой книги», помогающей познакомить широкий круг посетителей с особенностями и спецификой кочевого образа жизни ненецкого народа. В проекте задействованы различные визуальные элементы, способствующие эффективному погружению пользователя в культуру ненцев.

Особое место в представлении ненецкого кода занимают экспозиции. Так, постоянная экспозиция Ненецкого краеведческого музея позволяет изучить духовную и материальную культуру ненецкого народа, а также проследить его эволюцию с давних времен до наших дней через этнографическую коллекцию. Экспозиция является важным визуальным инструментом для понимания этнической культуры, благодаря включению экспонатов в широкий контекст, связывая их со средой обитания, геологией и историей ненецкого этноса.

Проект Мультимедиа Арт Музея «История России в фотографиях» позволяет ознакомиться с ненецким этносом через фотоснимки. Хронологическая структура визуального ряда дает возможность изучить историю ненцев под воздействием внешних факторов: отметить, как изменения в политической, экономической и социальной сферах повлияли на жизненный уклад этноса. В фотографиях представлены как бытовые ситуации и традиций, так и особые ритуалы и праздники, что позволяет зрителю самостоятельно выделить культурные маркеры ненецкого народа. Фотоснимки отражают личную историю реальных лиц, что может находить у зрителя эмоциональный отклик и укрепить интерес к этнической группе. Таким образом, «фотолетописи» могут быть не только частью культурного наследия, но и инструментом для межкультурной коммуникации.

При художественно-стилистическом анализе сложноструктурных изданий, направленных на организацию эффективного культурного взаимодействия, были выявлены успешные дизайн-решения.

В издании Д. Савиной «Воронежская матрёшка» были задействованы как академические источники, так и устные беседы. Информация структурирована и распределена по разделам, богатое визуальное сопровождение и пояснительный текст помогают читателю без затруднений познакомиться с представленной культурой, в связи с чем книга может быть предназначена для широкой аудитории. Тема посвящена визуальному исследованию нетрадиционной версии матрёшки, что делает изобразительный материал главной составляющей издания. В книге используются овальные фреймы, что дублирует необычную форму обозреваемой матрёшки, а также яркие цвета: зеленый, желтый, красный, отсылающие к краскам расписной деревянной игрушки. В книге присутствуют акцентные шрифты, стиль которых служит отсылкой к русской культуре. Издание построено на балансе текстовых блоков и изобразительного ряда, что дает читателю возможность ознакомиться с визуальными элементами, а затем вспомогательным текстом. В книге использована бумага разной фактуры и цветов, а

также переплет на пружину, что позволило совместить в книге листы разных размеров (от большего к меньшему). Данные конструктивные и стилистические решения обусловлены темой издания – матрёшка. Информация, представленная в книге представлена корректно, что особенно важно в контексте раскрытия культурных особенностей. Издание содержит тексты, взятые из интервью со специалистом из области, которую освещает книга, а также содержит в себе «Словарик», позволяющий ознакомиться с незнакомыми словами, что способствует более глубокому погружению читателя в тему. Книга имеет разный размер листов, уменьшающихся к середине книги, а также необычную текстуированную бумагу, что может привлечь читателя благодаря тактильным ощущениям и нестандартному формату. Главной особенностью книги может служить уникальная конструкция, напоминающая принцип матрешки, а также оригинальная верстка (овальные текстовые и изобразительные фреймы, шмунтитулы), что позволяет отметить, как внешний облик издания может стать визуальным инструментом для привлечения читателя к этнокультурной теме.

Проект Н. Новы «Сторителлинг ненецкой малицы» направлен на визуальное исследование орнаментов ненецкого народа, где визуальная информация составляет основу, а текст имеет вспомогательный характер. Книга имеет указатель, а также список источников информации, что может облегчить изучение информации для неподготовленного читателя при взаимодействии с книгой. Культура ненецкого народа раскрывается через визуальное исследование, затрагивающее разные сферы. Книга разделена на две части. Первая часть содержит в себе информацию об орнаментах ненецкого народа. Вторая часть посвящена использованию орнаментов в быту. Проект может быть рассчитан на широкую аудиторию, желающую познакомиться с культурой ненецкого народа, благодаря точным определениям и развернутому визуальному сопровождению. Книга наполнена фотографиями, которые делятся на два типа. К первому типу относятся перекрашенные дуатоном фотографии, которые имеют повествовательную функцию (содержат ненецкие слова, схемы, разъяснения), ко второму типу – фотографии, которые не имеют обработку и выполняют иллюстративную функцию. Для данного проекта был разработан шрифт «Полярный», отражающий контраст ночного неба и полярной звездой, которая служит основным ориентиром на Ямале. Шрифт служит акцентом, применяется в терминах и оформлении шмунтитулов. Верстка данной книги отвечает ее задаче – произвести визуальное исследование. Пространство разворота содержит в себе текст и изобразительный материал, что позволяет читателю всесторонне изучить материал. Книга имеет ручную сборку, необработанные нити, что позволяет читателю испытывать особые тактильные ощущения при контакте, а также подчеркнуть важность рукотворного труда, занимающего особое место в культуре ненецкого народа. В книгу включены источники информации, содержащие ссылки на фотографии и их авторов, использованную литературу, карты местностей, а также словари ненецкого языка, что может сподвигнуть читателя на более подробное изучение той или иной области. Комбинация уникальных фотографических материалов, авторских стилистических решений и верстки превращает «Сторителлинг ненецкой малицы» в действенный ресурс для культурного обмена и образования. Такой подход позволяет не только ознакомиться с орнаментальными традициями ненецкого народа, но и дать возможность погрузиться в самобытность данной культуры, создавая условия для осознания ее многогранности и значимости.

Диалог современной и традиционной народной культур представлена в книге «Одежда коренных жителей Севера» К. Бояркиной. Издание содержит в себе авторский текст, заключающийся в сравнениях и исследованиях, глоссарий, облегчающий понимание контекста культурной терминологии. В книге используются фотографии и карты, помогающие продемонстрировать культуру народов, их быт, климатические условия, одежду и территориальные рамки. Шрифт, использованный для заголовков, близок к культурному контексту изучаемых народов. Многие развороты имеют сноски и дополнительные изображения того или иного предмета с разных ракурсов и планов, что позволяет сделать изучение многосторонним и более детальным. Книга имеет твердую обложку из плотного картона, корешок и неравномерно сшитые тетради с необработанными нитями, что может послужить элементом интерактива. Обложка также имеет визуальные следы эксплуатации, что подчеркивает эффект ручной работы,

отсылающий к особенностям жизни рассматриваемых народов. Данное визуальное исследование, заключающееся в проведении параллели между миром современной одежды и традиционных народных костюмов, демонстрирует разнообразие культур через призму одежды, что создает пространство для межкультурного дискурса.

Рассмотрены успешные проекты, в которых визуальное искусство и книжный дизайн были применены в качестве инструментов для межкультурного диалога, и факторы, сделавшие их успешными.

Парижский музей на набережной Бранли можно считать успешным проектом благодаря некоторым ключевым аспектам. В музее представлена уникальная коллекция артефактов из разных уголков мира, которая представляет культурное разнообразие человечества и создает основу для межкультурного диалога. Применение современных технологий и мультимедийных инсталляций делает экспозицию интерактивной и доступной для широкого круга посетителей, включая молодое поколение. Также музей активно проводит образовательные программы и мероприятия, направленные на повышение осведомленности о различных культурах и их взаимодействии. Совокупность данных элементов способствует укреплению взаимопонимания между разными этническими группами и делают музей на набережной Бранли важным инструментом культурного обмена.

Примером того, как книжный дизайн применен в качестве средства для межкультурного диалога, может служить издание А.С. Мувчик «Рифмы Севера», эффективность которого обусловлена рядом факторов. Книга представляет собой уникальное произведение, созданное представителем крайне малочисленного народа уильта. Цель возрождения уильтской культуры и языка прослеживается в значительной части данного произведения. Книжные иллюстрации выполнены в национальной технике панно из рыбьей кожи, что позволяет читателю глубже погрузиться в мир народа и почувствовать его самобытность через визуальную составляющую. Важным аспектом культурной значимости издания является перевод трех стихотворений на уильтинский язык. В книгу внедрен интерактивный элемент – QR-код, позволяющий не только читать стихотворения на редком языке, но и слышать живое звучание уильтинской речи [7], что способствует межэтнической коммуникации и популяризации культурного наследия малых народов.

Культура ненцев, существующая в основном в устной (фольклор) и материальной форме (одежда, предметы труда и быта), требует новых подходов для сохранения этнической идентичности. Так, книги могут выступать в роли ключевого инструмента, решающего данную задачу. Теория книжного дизайна предлагает методы – от типографики и визуализации до верстки и макетирования, – позволяющие представить этнокультурный код в графической форме, сохраняя его аутентичность и делая доступным для широкого круга читателей. Визуальные проекты, такие как сложноструктурные издания, выступают ключевым средством для межкультурного диалога. Изобразительные элементы усиливают эмоциональную связь с читателем и делают абстрактные концепции более наглядными.

*Художественно-технологическое оформление сложноструктурного издания «Ненцы».*

*Три визуальных языка* издания «Ненцы». Книга имеет четкую структуру и разделы, позволяющие читателю легко ориентироваться в материале и вместе с тем самостоятельно задавать вектор изучения, обращаясь к отдельно интересующим темам. Издание содержит в себе не только текстовую информацию, но и визуальный ряд, способствующий более глубокому пониманию и изучению материала. Раскрытие жизни ненецкого народа происходит через различные сферы. Специфика издания подразумевает использование нескольких визуальных языков, что позволяет решить важный круг задач. Каждое дизайн решение несет индивидуальную стилистическую и смысловую нагрузку, выполняет навигационную функцию, а также подготавливает читателя к получению информации.

*Научно-познавательные иллюстрации* наделены точностью, что помогает достоверно передать форму, цвет, свойства изображаемых предметов. Особое место в таких иллюстрациях занимают детали, помогающие направить внимание читателя на важные элементы и дающие наиболее подлинное представление об объекте.

*Иллюстрации нарративов* ненецкого народа выполнены с помощью авторского визуального языка, характеризующегося стилизацией и простотой форм. Авторским иллюстрациям присущ примитивизм, что помогает погрузить читателя в контекст произведений, сделать отсылку к архаике, сохранению традиций. Для объяснения различных процессов, взаимосвязей, устройства объектов в издании применяются *схематичные изображения*. Иллюстрации данного типа обладают простотой и наглядностью, что помогает в изучении сложного материала широкому кругу читателей, в независимости от глубины знаний и уровня подготовки. Благодаря особой визуальной форме схем, в которой основные и важные элементы выделяются, а второстепенные детали нивелируются, процесс изучения информации становится более быстрым и легким.

Благодаря данному подходу, в котором каждый визуальный элемент издания выполнен в определенной стилистике, книга наделяется важными преимуществами. Издание не характеризуется монотонностью благодаря вариативности дизайнерских решений, что помогает снизить утомляемость и поддерживать интерес читателя. Разнообразная стилистика может помочь ориентироваться в издании, что существенно облегчает поиск необходимой информации. Визуальная составляющая шмидтитолов и нарративов способствует предварительному ознакомлению читателя с контекстом, погружает его в культуру ненецкого народа, а также служит подготовкой к изучению основного материала. Следовательно, многообразие стилистических языков делает издание самобытным, авторским дизайн-продуктом, направленным на установление межкультурного диалога.

*Элементы художественной структуры* издания имеют особое значение, поскольку определяют физические характеристики, функциональность, долговечность и эстетическое восприятие книги.

Одним из ключевых аспектов издания является его формат. Размер издания 205x260 мм (84x108/16) классифицируется как большеформатный, что предоставляет достаточно места для размещения как текстовой, так и визуальной информации. Данный формат удобен для хранения, а также для работы с книгой, позволяя читателю комфортно изучать материал.

В условиях интенсивного использования книги твердая переплетная крышка является целесообразным решением проблем механического повреждения, деформации углов и истирания. Переплет типа 7БЦ (твердая обложка с целлофанированием) способствует обеспечению долговечности издания. Такой тип переплета гарантирует прочность издания при регулярном использовании, а также позволяет книге свободно раскрываться на любой странице, что особенно важно для учебного процесса, в котором в виду изучения схем, иллюстраций и другого изобразительного материала распространена работа с книжными разворотами. Ниточное сшивание, в отличие от kleевого соединения, исключают вероятность разрушения книжного блока и выпадения страниц даже при многократном раскрытии книги на 180 градусов. Ламинирование обложки служит дополнительной защитой против влаги и загрязнений, продлевая срок службы издания.

Использование мелованной бумаги плотностью 130 г/м<sup>2</sup> делает страницы прочными и устойчивыми к износу, что особенно важно для полиграфических изданий, предназначенных для длительной эксплуатации. Эта бумага обеспечивает высокое качество печати, в частности при использовании широкой цветовой гаммы. Данный материал имеет достаточную плотность, которая позволяет страницам не просвечивать и выдерживать частое перелистывание, не делая при этом книгу излишне тяжелой, что является важным аспектом в случае, когда у читателя появится потребность носить книгу с собой.

Типографика играет основополагающую роль в верстке научно-популярного издания, оказывая влияние на комфортное восприятие текстового материала, удобочитаемость и отражение концепции. Размеры шрифта основного текста издания «Ненцы» не менее 9 пунктов и межстрочного интервала от 1 до 1,5 высоты шрифта обусловлены необходимостью обеспечения читабельности, легкого восприятия материала и снижения нагрузку на зрение. В издании используются различные

начертания шрифтов, что помогает выстраивать иерархию текста и позволяет читателю легче ориентироваться в материале.

Данные конструктивные особенности делают книгу пригодной для эксплуатации в условиях частого использования, что соответствует ее функциональному предназначению как полиграфического продукта, ориентированного на аудиторию школьников и студентов в рамках библиотечного и учебного обращения.

**Выводы.** Дефицит актуальных источников информации о ненцах в условиях глобализации создает вызов для сохранения их этнокультурной идентичности и информирования молодежи. Сложноструктурное издание «Ненцы» предлагает решение этой проблемы, выступая многогранным инструментом, сочетающим в себе культурный код ненецкого народа, аспекты книжного дизайна и визуальные средства межкультурной коммуникации. Анализ существующих проектов демонстрирует эффективность визуальных подходов в популяризации этносов. Благодаря продуманной верстке, типографике и разнообразию визуальных языков, сложноструктурное издание не только повышает осведомленность о культуре ненцев, но и укрепляет межкультурный диалог, способствуя взаимоуважению и пониманию между различными народностями. Таким образом, издание имеет потенциал стать значимым ресурсом в сохранении наследия и преодолении культурных барьеров в глобальном контексте.

**Список литературы:**

1. XXI Всероссийская научно-практическая конференция «Корпоративные библиотечные системы: технологии и инновации» – «КорФор 2023». – Цифровое сохранение наследия. – Санкт-Петербург: 2024. – URL: <https://arbicon.ru/conference/arbicon2023/> (дата обращения: 27.09.24)
2. Всероссийский проект «Культурное наследие»: сайт. – 2024. – URL: [https://universityofchildhood.ru/kulturnoe\\_nasledie#](https://universityofchildhood.ru/kulturnoe_nasledie#) (дата обращения: 27.09.24)
3. Гаранина, С.П. Традиционная Книга в пространстве современной культуры / С.П. Гаранина // Вестник МГУКИ. – 2017. – № 2 (76). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnaya-kniga-v-prostranstve-sovremennoy-kultury> (дата обращения: 26.11.2024)
4. Леонтьева, А.В. История и культура ненецкого народа / А.В. Леонтьева, К.М. Бугаева // АиС. – 2013. – № 12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-i-kultura-nenetskogo-naroda> (дата обращения: 19.11.2024)
5. Макушева, М.О. Трансформации идентичности ненецкой молодежи в инокультурной среде / М.О. Макушева // Мониторинг. – 2017. – № 4 (140). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsii-identichnosti-nenetskoy-molodezhi-v-inokulturnoy-srede> (дата обращения: 19.11.2024)
6. Министерство культуры Российской Федерации. Государственная программа «Развитие культуры»: сайт. – 2024. – URL: <http://gp-kultura.ru/> (дата обращения: 27.09.24)
7. Мувчик, А.С. Рифмы Севера: сборник стихотворений / А.С. Мувчик. – Южно-Сахалинск : Сахалин – Приамурские ведомости, 2024. – 42 с.
8. Орешина, А.Б. Особые алгоритмы движения в книге / А.Б. Орешина // Вестник МГУП. – 2015. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobye-algoritmy-dvizheniya-v-knige> (дата обращения: 26.11.2024)
9. Пономарев, В.Д. Творчество как язык межкультурной коммуникации: проектный подход / В.Д. Пономарев // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2011. – № 15. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorchestvo-kak-yazyk-mezhkulturnoy-kommunikatsii-proektnyy-podhod> (дата обращения: 18.11.2024)
10. Раменская, Ю.В. Этнические мотивы традиционной алтайской культуры в книжной графике В.А. Раменского / Ю.В. Раменская // Ученые записки (АГАКИ). – 2018. – № 3 (17). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnicheskie-motivy-traditsionnoy-altayskoy-kultury-v-knizhnay-grafike-v-a-ramenskogo> (дата обращения: 18.11.2024)
11. Свалов, М.С. Архитектоника книги в студенческом проектировании / М.С. Свалов, Н.В. Худякова // Изобразительное искусство Урала, Сибири и Дальнего Востока. – 2023. – № 4 (17). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arkhitektonika-knigi-v-studencheskom-proektirovaniyu> (дата обращения: 26.11.2024)

12. Тураев, В.А. Энциклопедия коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации / В.А. Тураев. – 2005. – URL: [https://psv4.userapi.com/s/v1/d/B93\\_Pnjsxj7oU2PNmVoorklthjQ6kr5RFRMcLTYOAa8GbRXJF6ewD8Ha7TrrfmU\\_ICXdxFcKZSnGOZgXhl1aPLSYAoAUXpi1zl11QRF5E3R4xaXJJw/Turaev\\_V\\_A\\_Entsiklopedia\\_korennikh\\_malochislenykh\\_narodov\\_Severa\\_Sibiri\\_i\\_Dalnego\\_Vostoka\\_Rossiyskoy\\_Federatsii\\_2005.pdf](https://psv4.userapi.com/s/v1/d/B93_Pnjsxj7oU2PNmVoorklthjQ6kr5RFRMcLTYOAa8GbRXJF6ewD8Ha7TrrfmU_ICXdxFcKZSnGOZgXhl1aPLSYAoAUXpi1zl11QRF5E3R4xaXJJw/Turaev_V_A_Entsiklopedia_korennikh_malochislenykh_narodov_Severa_Sibiri_i_Dalnego_Vostoka_Rossiyskoy_Federatsii_2005.pdf) (дата обращения: 27.09.24)
13. Фофин, А.И. Музей как медиативное пространство диалога культур: Парижский «Музей на набережной Бранли» / А.И. Фофин // Magister Dixit. – 2011. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzey-kak-mediativnoe-prostranstvo-dialoga-kultury-parizhskiy-muzey-na-naberezhnoy-branli> (дата обращения: 19.11.2024)

**УДК 7.05**

## **АНАЛИЗ ЭТАПОВ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО ИЗДАНИЯ, НАПРАВЛЕННОГО НА ПОДРОСТКОВУЮ АУДИТОРИЮ**

**Шведова Лариса Евгеньевна,**

кандидат технических наук, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

**Драбчук Диана Игоревна,**

студентка 6 курса направления подготовки «Графика»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

**Аннотация.** Статья посвящена выявлению критериев для разработки издания с авторскими иллюстрациями. Автором поднимается такая проблема как нехватка изданий, направленных исключительно на подростковую аудиторию. В настоящее время юные читатели лучше воспринимают информацию через иллюстрацию. В рамках исследования были выявлены этапы для разработки книжного издания основанные на этом суждении. За счет анализа научных трудов происходит изучение данной темы. Также в статье систематизированы такие аспекты как особенности общего оформления издания, адаптация текстовой части, работа над визуальными материалами, а также цветовая палитра. Результаты данного исследования демонстрируются через проект «Дневник поддержки: руководство по профилактике буллинга» который выступает в роли потенциального издания для подростков.

**Ключевые слова:** буллинг подростков, книжное издание, психология, руководство, подростковые книги, профилактика буллинга, познавательные иллюстрации.

**Annotation.** The article is devoted to the identification of criteria for the development of publications with original illustrations. The author raises such a problem as the lack of publications aimed exclusively at a teenage audience. Nowadays, young readers perceive information better through illustration. The study identified recommendations for the development of a book publication based on this judgment. Due to the analysis of scientific papers, this topic is being studied. The article also systematizes such aspects as the features of the general design of the publication, the adaptation of the text part, work on visual materials, as well as the color palette. The results of this study are demonstrated through the project "Support Diary: a guide to Bullying prevention", which acts as a potential publication for teenagers.

**Key words:** bullying of teenagers, book publishing, psychology, guidance, adolescent books, bullying prevention, cognitive illustrations.

**Постановка проблемы.** С популяризацией в обществе осознанного подхода к своему психологическому здоровью, подростки стали все чаще интересоваться решением возникших у них личных проблем. На данный момент в русскоязычном современном книжном сегменте на тему психологии существует множество вариаций изданий, которые направлены в основном на взрослую или детскую возрастную группу. Для подростков изложение информации в виде сложносоставных и переполненных различными терминами абзацев является трудным для восприятия, так как излишнее детали и малоинтересные факты часто мешают сосредоточиться на главном и понять суть. Помимо этого, их способность концентрироваться может быть ограничена, поэтому при изложении требуется особая форма повествования.

В эпоху развития интернет-технологий было выявлено, что лучше всего подростки усваивают информацию в формате иллюстративного повествования за счет появления и преобладания видео формата в различных отраслях. Современные исследователи многократно обращаются к дидактическому визуальному ряду, рассматривая его в логике принципа наглядности. Благодаря своей информативности, иллюстрации в школьных изданиях значительно облегчают понимание материала.

Целью написания данной статьи выступает выявление этапов для успешного художественно-технического оформления издания ориентированного исключительно на подростковую аудиторию, на примере научно-популярного издания «Дневник поддержки: практическое руководство по профилактике буллинга». Визуальный ряд представляет собой инфографику и ситуативные иллюстрации, направленные на изучение такой социальной темы как буллинг, в частности его причины, условия возникновения, поведение жертвы и других участников травли, а также видах и путях решения конфликтных ситуаций.

Проблема является актуальной, так как с развитием технологий и социальных сетей изменилось взаимодействие подростков друг с другом, однако большинство известных изданий не рассматривают трансформирующуюся динамику взаимоотношений и предлагают некорректные пути для решения конфликтных ситуаций. Также множество людей подвергаются буллингу, но не осознают этого или не знают, как справиться с этим. Помимо этого, в настоящее время люди в большей степени склонны обращаться к литературным источникам за поиском решений своих проблем.

В процессе исследования были собраны и изучены литературные источники и разделены на тематические группы: направленные на изучение темы буллинга у подростковой аудитории (Тельминова А.В., Салаватова О.А., Бобровникова Н.С.); ориентированные на выявления аспектов оформления современных научно-популярных изданий (Шишкина Н.И., Хваленя С.В., Антоновой М.А., Китаевской Т.Ю.); сфокусированные на исследовании иллюстраций как важного элемента издания (Алуева М.А., Ковалевской Н.И., Лях А.В.); предназначенные на изучении возможности адаптации текстового материала для подростковой аудитории (Ненарокова М.Р., Первухина С.В.); рассматривающие значимость цвета в иллюстрациях (Большунова Н.Я., Хромова Т.И., Белашина Т.В., Тормышова А.С.).

**Изложение основного материала.** Важность оформления современных научно-популярных изданий рассматривается в работе Шишкина Н.И. и Хваленя С.В. «Критерии качества детской и подростковой периодики: художественно-технический аспект». Определяется термин «художественно-технического оформления периодического издания – система размещения публикации и их заголовков в газетном номере или/и на каждой из его страниц, способы выделения важнейших материалов...», а также четыре главные функции оформления художественно-технического издания, а именно визуализация информации, комментирование, распространение культуры, релаксации [7]. Оформление имеет значительную роль, так как это влияет на выбор именно этого издания читателем. Помимо этого, были выявлены аспекты для качественного оформления, они направлены на работу с такими элементами как целостность издания, разработка дизайна переплетов, навигация, внутренняя составляющие издания, изобразительный материал и его связи с текстом, грамотность и легкость восприятия.

Главным элементом за исключением оформления издания является его визуальная составляющая. В статье Н.И. Ковалевская и А.В. Лях «Книжная иллюстрация как способ отражения современных тенденций графического дизайна» важным

элементом помимо верстки выступает иллюстративное наполнение издания [5]. Оно воздействует на эмоциональное состояние читателя, помогая ему развивать воображение и создавать ассоциативный ряд, а также формировать атмосферу издания. Помимо этого, выделяются этапы разработки иллюстраций: изучение информационного материала, создание эскизов, доработкой готового изображения.

Иллюстративный материал рассматривается с иной стороны в работе Алуева М.А. «Синтез текста и рисунка в детской художественной книге» [1]. Основные функции изобразительного материала и их связи с текстом: прямая непосредственная – наглядная, в которой иллюстрация прямо поясняет текст издания, косвенно пассивная – смысловая, передающая наглядную информацию, косвенно активная – смысловая, транслирует посыл всего произведения, а не одного блока. Из-за возрастной аудитории восприятие изданий группами отличается друг от друга. В таком случае детская аудитория воспринимает иллюстрацию как самостоятельный элемент, в тоже время подростки задают интересующие их вопросы и ставят себя на место героя. Для детской и подростковой аудитории условность передачи информации обусловлена литературным содержанием, что отражает их невинность восприятия.

В дополнении немаловажным фактором является цветовое решение разработанных ранее иллюстративных и оформительских материалов издания. Так как цветовая палитра влияет на множество факторов в создании любого продукта. Белашина Т.В. и Тормышова А.С. в своей статье «Особенности восприятия цвета в подростковом и взрослом возрасте», проведено исследование по методам М. Люшера «Восьмицветовой тест». Итогом первого этапа выяснилось, что подростки могут не воспринимать какие-то цвета в связи с отклонениями в зрительном плане, совершая выбор сочетаний, несущих в себе отрицательный посыл для того, чтобы защитится. Вторым этапом было выявлено предпочтение в таких цветах как желтый и фиолетовый, они несут положительное значение. И по мнению авторов это может означать то, что выбор желтого говорит о стремлении к тому, чтобы любая деятельность доставляла удовольствие, предпочтение фиолетовый же показывает повышенную чувствительность, стремление испытывать и проявлять нежные чувства [3]. Самым не желательным цветом, стал коричневый за счет физиологической интерпретации такой позиции как – напряжение, вызванное недостатком внимания к потребностям организма [3].

Цвета также могут восприниматься по другим аспектам, например, как в работе «Особенности цветовых предпочтений в подростковом и юношеском возрасте и их взаимосвязь с эмоциональным интеллектом» авторами которой являются Больщунова Н.Я. и Хромова Т.И. Восприятия детей зависит от их интеллектуальной и психической развитости. Цвет воздействует на человека физиологически и ассоциативно. Было выявлено три аспекта воздействия цвета, а именно эстетическую, физическую и психологическую, именно «этими факторами обусловлены цветовые ассоциации, семантика и символика цвета» [4]. Цветовые образы меняются в зависимости от развития человека, его характера, увлечений и культурных ценностей. Таким образом подобрав правильную палитру, можно создать цвето-эмоциональную атмосферу с помощью, которой возможно достигнуть расположности целевой аудитории.

Для лучшей передачи информационного материала, текст адаптируется под подростковую аудиторию. Ненарокова М.Р. в своей работе «Путь паломника» в адаптации для детского чтения: версия Хелен Л. Тейлор» рассматривает тему преобразования текста под различного вида аудиторию. Автор выявляет, что из-за неподходящего способа изложения информации, аудитория подобной детской тяжело воспринимают текст. Было выделено три главных фактора с помощью, которых происходит преобразования текста: «лингвистические адаптации» – изменение текста с помощью синонимов или подобные слова заменители, «нелингвистические адаптации» – направленна на уменьшение объема текста за счет его упрощения, «культурная адаптация» – модифицирует текст содержащий важные исторические события, даты, культурные факторы, и т.д., по средствам данных изменений текст становится более восприимчивым в изучении [6]. Кроме этого, работа с текстом не прекращается на его адаптации. В исследовании Антоновой М.А. и Китаевской Т.Ю. «Специфика художественного оформления учебных пособий для учащихся среднего школьного возраста» [2]. В оформлении текстового материала должен учитываться как основной, так

и дополнительный текст, выделения текста должны быть не только гарнитурные, но и цветовые. Но очень частое использования начертательных и цветовых выделений может плохо повлиять на изучение представленного материала так как читатель будет отвлечен он главного в тексте.

Описание авторского проекта. Проект «Дневник поддержки: практическое руководство по профилактике буллинга» представляет книгу с авторским иллюстрациями в виде личного дневника для повышения доверия и расслабления читателя при изучении такой серьезной темы как буллинг. Так как издание ориентировано на подростков, важным аспектом является понятный для восприятия текст, а также сопровождение его современными и привлекательными визуальными материалами. Была сформирована концепция, которая звучит как «Твой дневник – наша поддержка». Разработка издания осуществляется для популяризации данной темы в обществе, а также формирования негативного отношения к буллингу.

Художественно-технические особенности проекта. Стиль. В издании визуальный материал состоит из иллюстраций, а также рисованных декоративных элементов на разворотах. Изображения выполнены в стиле flat-графики, сюжеты изображены локальными пятнами, без использования обводки (рис. 1). Данный стиль пользуется спросом в многих сферах информации, но в особенности у юной аудитории из-за своего упрощенного вида и частой гиперболизацией объектов, что привлекает внимание читателя. Сюжеты иллюстраций в шмидтитулах изображают метафорично, что позволяет зрителю задуматься над проблемой перед ее прочтением (рис. 2). Ракурс изображения находится на уровне глаз читателя, чтобы лучше показать окружение, образ и эмоциональную окраску персонажей, внешний вид которых гиперболизирован и передает качества всех участников травли, что позволяет читателю достоверно воспринять представленную информацию. Рисованные декоративные элементы выполняют роль выделения важной информации, а также составления впечатления личного дневника читателя (рис. 1).



Рисунок 1. Разворот с иллюстрацией и версткой



Рисунок 2. Цветовые решения иллюстративного материала

Цветовая палитра. Главным цветом издания является темно-синий, он ассоциируется с грустью, угрозой и трауром, которые наталкивают на тему буллинга. Информационный блок содержит в себе такие цвета как бирюзовый, фиолетовый, голубой, желтый и розовый, все эти цвета имеют ассоциативный ряд, который делится на положительный и отрицательный. К каждой главе присвоен свой цвет по его восприятию, вследствие чего присутствует цветовая растяжка позволяющая прочувствовать эмоции персонажей в тех или иных ситуациях (рис. 2). Такой прием использован для того, чтобы вызвать у читателя эмоциональный отклик и улучшить понимание информации за счет привязанности к значениям цветовой палитры. Благодаря иллюстративным и оформительским решением издание не имеет монотонного повествования. Данный выбор в оформлении привлекает внимание читателей, а также способствует его удержанию. Исходя из этого упрощенное стилистическое решение визуального материала, шмунтитулы, инфографика способствуют продуктивному изучению информации, что является важным фактором в такой социальной теме как буллинг.

Типографика. Так как целевой аудиторией являются подростки требования к размерам и начертаниям гарнитуры иные чем у детей и взрослых. По ГОСТу значения размера кегля для третьей и четвертой возрастной группы могут варьироваться от 9 до 11 кеглей. В данном издании выбран 9 кегль он гарантирует комфортное прочтение текста, так как он считается более привычным для аудитории. Из-за того, что подростки в основном сталкиваются с изданиями в школьное время такой размер кегля им более привычен, потому что в школьных изданиях он варьируется от 9 до 14 кеглей. Использована гарнитура без засечек, ее незамысловатая форма и более крупные начертания позволяют читателю снизить нагрузку на глаза и лучше воспринять представленную информацию. Основным шрифтом является Tecla с начертанием light. Дополнительной гарнитурой служат два декоративных шрифта. Первый IsamiRi Display используется в заголовках, а также на обложке издания, его острые и хаотичные начертания гармонируют с общей концепцией издания и позволяет акцентировать внимание читателя на главе, а также общей теме издания. Второй гарнитурой является Dudu Cygyllic, он имитирует рукописный шрифт выделяя информацию, на которую стоит обратить внимание.

Текст. Для информационного блока был собран материал из разных источников, например, методички, интернет-ресурсы и книги, подходящие на данную тему. Работа над текстом велась с использованием нескольких видов адаптации: нелингвистическим и лингвистическим. Текстовый материал упрощен с помощью синонимичных понятий, отбора важной информации и полной переработкой тематических абзацев, что позволяет юному читателю без труда воспринять сложную тему и найти решения для сложившихся конфликтных ситуаций.

Конструкция. Издание выполнено в формате А5 – 150x210мм. (60x84/16). Он удобен для подростковой аудитории своей компактностью, и схожим видом с комиксными журналами, которыми они интересуются. Переплет выполнен из мягкого материала для отхода от концепции школьной книги и приближения к читателю. Износостойкость к механическим повреждениям более практична чем у твердого переплета из-за гибкости материала. Так как мягкий материал может быть практичным для подростков, читающих книгу на улице или в транспорте. Информационные блоки скрепляются скобой, такой способ подходит для бюджетного изготовления в массовых оборотах издания, а также является более прочным чем kleевое и пружинное.

В издании имеется три вида разворота. Первый – большой иллюстративный разворот формата 150x210 мм с ситуативными сюжетами, Второй – малый разворот с информативным блоком формата 95x130 мм. Третий – буклетный, располагающийся на определенных страницах и работающий дополнительной поверхностью для расположения текста. Такая вариативность в первую очередь придает изданию современный облик, что позволяет привлечь внимание, а также интересно подать информацию в следствии чего целевая аудитория сможет лучше усвоить материал.

**Выводы.** Исходя из выполненных исследований в предметной области были выявлены значимые этапы разработки потенциального издания для подростковой аудитории. Которые основываются на упрощенной визуальной составляющей, метафоричности иллюстраций, верстке, информативном блоке, адаптированным под

целевую аудиторию, цветовой палитры, передающей общую эмоциональную составляющую темы. Что было практически применено на авторском проекте «Дневник поддержки: руководство по профилактике буллинга».

**Список литературы:**

1. Алуева, М.А. Синтез текста и рисунка в детской художественной книге / М.А. Алуева / ИСОМ. – 2010. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sintez-teksta-i-risunka-v-detskoy-hudozhestvennoy-knige> (дата обращения: 25.02.2025)
2. Антонова, М.А. Специфика художественного оформления учебных пособий для учащихся среднего школьного возраста / М.А. Антонова, Т.Ю. Китаевская // Мир науки, культуры, образования – 2015. – С. 95-97 (дата обращения: 02.03.2025)
3. Белашина, Т.В. Особенности восприятия цвета в подростковом и взрослом возрасте / Т.В. Белашина, А.С. Тормышова // Тенденции развития науки и образования – 2021. – С. 118-120 (дата обращения: 01.03.2025)
4. Больщунова, Н.Я. Особенности цветовых предпочтений в подростковом и юношеском возрасте и их взаимосвязь с эмоциональным интеллектом / Н.Я. Больщунова, Т.И. Хромова // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. – 2021. – С. 68-78 (дата обращения: 28.03.2025)
5. Ковалевская, Н.И. Книжная иллюстрация как способ отражения современных тенденций графического дизайна / Н.И. Ковалевская, А.В. Лях // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – 2023. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/knizhnaya-illyustratsiya-kak-sposob-otrazheniya-sovremennyh-tendentsiy-graficheskogo-dizayna> (дата обращения: 03.03.2025)
6. Ненарокова, М.Р. «Путь паломника» в адаптации для детского чтения: версия Хелен л. Тейлор / М.Р. Ненарокова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2023. – С. 36-47 (дата обращения: 06.03.2025)
7. Шишкина, Н.И. Критерии качества детской и подростковой периодики: художественно-технический аспект / Н.И. Шишкина, С.В. Хваленя // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – 2022. – С. 145-150 (дата обращения: 01.03.2025)

## СОДЕРЖАНИЕ

Бояркина Наталья Владимировна	К ВОПРОСУ О ЖАНРОВОЙ ПРИРОДЕ ЗАПИСОК О РУССКО-ЯПОНСКОЙ ВОЙНЕ В. ВЕРЕСАЕВА	4
Габриелян Ашот Олегович Андрющенко Ирина Александровна	ЭВОЛЮЦИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ИНТЕРФЕЙСОВ: КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ	9
Габриелян Тигран Олегович Захарова Анастасия Вадимовна	ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МБОУ «ШКОЛА-ГИМНАЗИЯ № 10 ИМЕНИ Э.К. ПОКРОВСКОГО»)	13
Джелилов Ахтем Алиевич	ЯЗЫКОВОЙ КОД СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ИДИОМАТИЧЕСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ ТУРЕЦКИХ TRAVEL-БЛОГЕРОВ (YOUTUBE CHANNELS – HAYTA YOLLARDA, YIRTIK PANTOLON, MERT AKTAS TRAVEL)	19
Зайцева Дарья Сергеевна	ИТАЛЬЯНСКИЙ КИНЕМАТОГРАФ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СОВЕТСКОЙ МОДЫ 1960–1970-Х ГГ.	24
Захарова Анна Вадимовна Мубаракшина Анелия Ильдаровна	ОБЗОР ВЫСТАВОК ЖИВОПИСИ И ГРАФИКИ В КРЫМУ (ОСЕНЬ 2024)	34
Захарова Анна Вадимовна Федотова Елизавета Дмитриевна	СЮЖЕТЫ СОВЕТСКОГО МОНУМЕНТАЛЬНО- ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА МОЗАИКИ	40
Кокорина Екатерина Георгиевна	СИНТЕЗ ВИЗУАЛЬНОГО И МУЗЫКАЛЬНОГО В КАРТИНАХ М.К. ЧЮРЛЕНИСА	44
Кокорина Екатерина Георгиевна Саввопуло Карина Андреевна	ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОРФОЛОГИИ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ	51

<b>Костенко Ирина Вячеславовна</b>	<b>СОВРЕМЕННАЯ АУДИОКНИГА: ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ И СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ</b>	<b>58</b>
<b>Грицкова Анастасия Алексеевна</b>		
<b>Лепина Лада Станиславовна</b>	<b>ТЕОРИЯ ПОВЕСТКИ ДНЯ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ КРЫМСКИХ СМИ</b>	<b>63</b>
<b>Шиш Арина Александровна</b>		
<b>Лучаева Анна Юрьевна</b>	<b>КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ АКАДЕМИИ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ «МЕГАНОМ» (Г. СУДАК) НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА СКВЕРА ВОЗЛЕ ГОСТЕВОГО ЦЕНТРА</b>	<b>67</b>
<b>Вишневский Станислав Олегович</b>		
<b>Терентьева Ксения Константиновна</b>		
<b>Мизрахи Мария Васильевна</b>	<b>ВЛИЯНИЕ МОТИВОВ SPACE AGE НА ЗАПАДНУЮ МОДУ 60- Х-70-Х ГОДОВ</b>	<b>74</b>
<b>Устиновская Диана Дмитриевна</b>		
<b>Пензина Наталья Игоревна</b>	<b>ЯЗЫКОВОЕ МЕДИАМАНИПУЛИРОВАНИЕ КАК ПРОБЛЕМА НАУЧНОГО АНАЛИЗА (ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ)</b>	<b>78</b>
<b>Макашова Валерия Валерьевна</b>		
<b>Петрова Лиллия Геннадиевна</b>	<b>ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ТЕКСТ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ РЕЧИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ КАК ИНОСТРАННОМ (НА ПРИМЕРЕ ОБУЧЕНИЯ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ)</b>	<b>83</b>
<b>Платонова Айше Вадимовна</b>		
<b>Сейтбиялов Сервер Эрвинович</b>		
<b>Слапинскайте Кристина Александровна</b>	<b>ВЛИЯНИЕ НЕСТАНДАРТНЫХ ФОРМ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИМИДЖЕВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА ПОТРЕБИТЕЛЯМИ</b>	<b>88</b>
<b>Морозова Татьяна Александровна</b>		
<b>Снатович Анжелика Богдановна</b>	<b>ФОРМИРОВАНИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО КОНТЕНТА НА ПРИМЕРЕ СЕВЕРО-КАЗАХСАНСКОЙ ОБЛАСТИ</b>	<b>91</b>
<b>Прутковская Виктория Владимировна</b>		
<b>Шведова Лариса Евгеньевна</b>	<b>НАСТОЛЬНАЯ ИГРА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ МОЛОДЕЖИ В ИСКУССТВЕ</b>	<b>96</b>
<b>Джуган Дарья Викторовна</b>		
<b>Сложноструктурное издание «ненцы» как ресурс для осуществления межкультурного диалога</b>	<b>101</b>	

**Шведова Лариса Евгеньевна  
Драбчук Диана Игоревна**

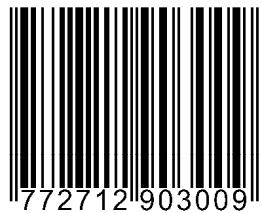
**АНАЛИЗ ЭТАПОВ  
ПРОЕКТИРОВАНИЯ  
ИЛЛЮСТРАТИВНОГО  
ИЗДАНИЯ, НАПРАВЛЕННОГО  
НА ПОДРОСТКОВУЮ  
АУДИТОРИЮ**

**107**

# МедиаVектор

## Выпуск 15

I S S N 2 7 1 2 - 9 0 3 9



9 772712 903009 >

Ответственность за достоверность приводимых в публикациях фактов, дат, наименований, фамилий, имен, цифровых данных несут авторы статей.

Научные статьи печатаются в соответствии с авторскими вариантами.

Адрес учредителя:

295007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4  
(3652) 54-50-36

Адрес редакции и издателя:

630049, Новосибирская область, г. Новосибирск, проспект Красный, дом 165, офис 4  
295007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4  
(3652) 54-50-36

Отпечатано в типографии:

630049, Новосибирская область, г. Новосибирск, проспект Красный, дом 165, офис 4  
+79852011282

Подписано к печати 10.02.2025. Дата выхода 28.03.2025.

Формат 210x297. Бумага: офсетная. Печать: офсетная.

Условн. печатн. листов 13,40. Тираж 500 экз. Свободная цена.