

**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**



Медиа Вектор

Выпуск 19

Научный журнал

**Новосибирск
Симферополь
2026**

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 24 февраля 2026 года (протокол № 2)

МедиаВектор. – Научный журнал. – Новосибирск-Симферополь: Изд. АНС «СибАК», 2026. – Вып. 19. – 102 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 Всеволодовна, 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

© Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского (г. Симферополь), 2026 г.

© Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна, 2026 г.

Все права защищены.

**РЕАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ «ДЕЙСТВЕННОСТЬ» В КРЫМСКОЙ ПЕЧАТИ
СОВЕТСКОГО ПЕРИОДА (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «КРЫМСКАЯ ПРАВДА»)****Бояркина Наталья Владимировна,**

кандидат филологических наук

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. Актуализировавшийся в последнее время вопрос о социальном смысле журналистской профессии и ее статусе обуславливает обращение к традиции советской школы, которая ввела в оборот категорию действенности журналистских выступлений и реализовывала ее в целом ряде эффективных практик. С учетом формулирования для профессионального сообщества на текущем этапе развития задачи повышения действенности журналистики закономерен интерес к изучению советского опыта и установлению основанных на преемственности практик и форм проявления действенности в российских СМИ. В данной статье исследуется проявление действенности в крымских печатных СМИ второй половины XX века. Эмпирическую базу исследования составили материалы областной газеты «Крымская правда». Также использованы документы, хранящиеся в Государственном архиве Республики Крым: редакционные архивы и материалы Управления по делам издательств, полиграфии и книжной торговли, осуществлявшего руководство изданием газет, контроль их содержания и художественного оформления.

Ключевые слова: советская печать, социальная журналистика, действенность журналистских выступлений, организаторская функция журналистики, организационно-массовая работа редакций, общественный контроль, «Крымская правда».

Annotation. The issue of the social meaning of the journalistic profession and its status, which has recently become relevant, leads to an appeal to the tradition of the soviet school, which introduced the category of effectiveness of journalistic performances and implemented it in a number of effective practices. Due to the formulation of the task of increasing the effectiveness of journalism a natural interest in studying the Soviet experience and establishing continuity-based practices and forms of effectiveness in the Russian media. This article examines the manifestation of effectiveness in the Crimean print media of the second half of the XX century. The empirical basis of the study was made up of materials from the regional newspaper «Krymskaya Pravda». The documents stored in the State Archive of the Republic of Crimea were also used: editorial archives and materials of the Department for Publishing, Printing and Book Trade, which managed the publication of newspapers, controlled their content and decoration.

Key words: Soviet press, social journalism, effectiveness of journalistic performances, organizational function of journalism, organizational and mass work of editorial offices, public control, «Krymskaya Pravda».

Постановка проблемы. Вопрос о социальном смысле журналистской профессии в современном российском обществе является актуальным и обсуждаемым. Уйдя от советской парадигмы профессиональной деятельности, определявшей роль СМИ как пропагандиста, агитатора и организатора масс, пережив «прививку» «рыночной» теории с ее базовыми установками – информировать, развлекать, продавать, российская журналистика ищет органичную для себя функциональную модель, которую ведущие современные отечественные медиаисследователи чаще всего соотносят с журналистикой, основанной на ведущем принципе социальной ответственности [1], и журналистикой соучастия, журналистикой действия [4, 5]. При этом отмечается, что в ориентировании на эту модель сказывается не только представление о задачах журналистики как таковой, но и традиция советской школы, которая ввела в оборот категорию действенности журналистских выступлений и реализовывала ее в целом ряде эффективных практик. «В

настоящее время актуализируются процессы, связанные с реанимацией и трансформацией форм и моделей медиапродуктов, характерных для советского периода. Особое значение приобретают формы организационно-массовой работы редакций, ориентированные на определенную результативность журналистского выступления» [7, С. 48].

Повышение действенности журналистики – такая задача формулируется для профессионального сообщества на текущем этапе развития массмедиа. В частности, ее озвучил действующий председатель Союза журналистов России Владимир Соловьев: «Самая главная задача – повысить статус нашей профессии, который в последние годы значительно снизился. К слову, журналистов уже не прислушиваются. Чиновники часто журналистов не аккредитовывают, не дают информацию, не отвечают на критические статьи. Поэтому очень важно повысить действенность журналистики. Мы будем выходить с целым рядом законодательных инициатив» [3].

Таким образом, актуализируется необходимость возвращения понятия «действенность» в научный и профессиональный оборот, обращения к опыту реализации действенности в советский период с целью его изучения, установления основанных на преемственности практик и форм проявления действенности в российских СМИ.

В теории журналистики действенность как категория была сформулирована в работах Е.П. Прохорова, С.Г. Корконосенко [14, 9]. Отдельные аспекты проявления результативности журналистской деятельности становились предметом исследования, однако в целом «проблема проявления действенности советской прессы слабо изучена», «систематического изучения категории действенности и форм ее проявления в журналистике не предпринималось» [7, С. 11]. В этой связи интерес представляют изыскания Г.Х. Кадыровой, осуществившей попытку изучения категориальной динамики действенности медиа, – изыскания, которые в определенной степени восполняют этот пробел.

Целью данной работы является изучение реализации категории «действенность» на материале крымских печатных СМИ второй половины XX века. Эмпирическую базу исследования составили материалы областной газеты «Крымская правда» – флагмана крымской журналистики, газеты, имевшей самый большой тираж среди областных печатных СМИ Советского Союза (в середине 70-х гг. прошлого века он достигал 260 тысяч экземпляров).

Изложение основного материала. Современные исследователи определяют действенность как «результативность выполнения непосредственно-организаторских функций журналистики, степень ее успеха в массово-информационном обеспечении решения задач социального развития, которое проявляется в принятии конкретных мер теми или иными социальными институтами» [14, С. 305], «одну из форм результативности СМИ, которая выражается в конкретных действиях со стороны социальных институтов на критическое содержание публикаций, затрагивающих проблемные ситуации» [8, С. 39].

Отмечается, что результативность воздействия массмедиа на деятельность социальных институтов обусловлена «эффективными приемами взаимодействия редакций с аудиторией» [7, С. 9], что именно «формы организационно-массовой работы редакций позволяли активизировать деятельность местных партийных, советских, профсоюзных и общественных организаций» [7, С. 18].

В советский период в редакционной практике категория действенности объективировалась в создании и функционировании отделов писем газеты, внештатных отделов, рабселькорских и авторских советов при отделах и редакциях, общественных приемных. Через них реализовывались такие эффективные формы организационно-массовой работы, как привлечение вне редакционного авторского актива, читательские конференции, журналистские рейды, рабселькорские посты.

Категория действенности советской прессы основывалась на ленинских тезисах о печати. Изначально ставя задачу организации деятельности новой свободной прессы, Ленин как создатель важнейших основополагающих принципов советской печати утверждает идею о том, что она должна быть свободна от одного из главных недостатков печати буржуазной. А именно, она должна избавиться от «старинного, полуобломовского, полуторгашеского принципа: писатель пописывает, читатель

почитывает» [2, С. 29]. Для того, чтобы не было пропасти между пишущими и читающими, а следовательно, между словом и делом, газету должны делать не только журналисты-профессионалы, но в ней должны участвовать широкие народные массы (на пяток литераторов – пятьсот и пять тысяч работников-нелитераторов, то есть рабочих и сельских корреспондентов).

Как постулируется в Циркуляре РКП(б) от 4 апреля 1921 г. «О программе местной газеты», внешним образом связь газеты с читателями должна измеряться «десятками и сотнями ежедневных писем в редакцию, объездом и посещением сотрудниками редакции всех сел, деревень, заводов, мастерских и учреждений своего района, и, наконец, наличием действующей сети корреспондентов» [2, С. 59].

Одновременно с принципом народности, массовости устанавливается требование об отчете должностных лиц и учреждений, о действиях которых говорится в печати. Так, в резолюции 8 съезда РКП(б) «О партийной и советской печати» от 1919 г. закреплена обязанность лиц и учреждений «в кратчайший срок дать на страницах той же газеты деловое фактическое опровержение или указать об исправленных недостатках или ошибках» [2, С. 55]. При этом указывается, что если такое опровержение не появится, ревтрибуналом возбуждается дело против лиц или учреждений. То же отмечено в Постановлении ЦК КПСС от 18 сентября 1962 г. «О повышении действенности выступлений советской печати»: «зажимщики критики, лица, виновные в волоките и отписках, пренебрежительно относящиеся к сигналам печати, ставящие ведомственные и личные интересы и соображения “престижа” выше интересов дела, должны привлекаться к строгой партийной и административной ответственности» [2, С. 118].

Таким образом устанавливается общественный контроль за деятельностью советских и партийных организаций, который призван решать двуетадийную задачу: с одной стороны, вскрывать ошибки, недостатки и возможные злоупотребления, а с другой, предлагать эффективные и рационализаторские решения в целях успешного выполнения хозяйственно-политических задач.

Общественный контроль объявляется «наиболее эффективной формой повышения действенности печати и ее авторитета», а к формам работы, оправдавшим себя на практике, причисляются: рабкоровские посты, массовые рейды, общественные приемные, нештатные бюро проверки и др. [2, С. 119]. При этом от газет требуется, чтобы борьба за действенность опубликованных выступлений велась активно и ни одно сообщение печати не оставалось без ответа.

С тем чтобы заявленные принципы не оставались декларациями, для газет всех уровней устанавливается обязанность ежегодного предоставления отчета о своей работе, в том числе с приведением сведений в виде таблицы относительно показателей действенности.

В Крыму, во второй половине XX века, обязанности по руководству изданием городских, районных, горрайонных и многотиражных газет в установленном порядке, контроль их содержания и художественного оформления были возложены на Управление по делам издательств, полиграфии и книжной торговли (так оно именовалось с 1972 г.).

Управлением анализировалось качество газет и направлялись редакциям оперативные обзоры для обсуждения и принятия необходимых мер; в редакциях проводились летучки, на которых наряду с другими вопросами обсуждалось состояние организации труда в газетном производстве, качество машинописных оригиналов и иллюстративного материала; организовывались многодневные практики в областной газете, конкурсы-соревнования на лучшее техническое оформление и полиграфическое исполнение городских, районных и горрайонных газет и т.д.

Как было сказано, ежегодно редакции отчитывались перед Управлением о реализации принципа действенности. В Государственном архиве Республики Крым хранятся отчетные документы, которые редакции крымских газет – областного, городского и районного уровня – ежегодно направляли в профильное управление.

Отчет редакций состоял из трех основных разделов: первый содержал сведения о количестве постоянных авторов, сотрудничающих с газетой, с разбивкой по роду занятий (интеллигенция, партийные, рядовые работники, специалисты сельского хозяйства и т.д.); второй – количестве писем, полученных редакцией и использованных в газете; третий –

количестве критических публикаций, материалов по следам выступлений и неопубликованных писем.

Таким образом, в отчете редакций отражается связь с массами (количество постоянно сотрудничающих с газетой авторов и поступивших в редакцию писем), то есть то, что мы сейчас называем обратной связью, и реализация через эту обратную связь функции общественного контроля (количество критических публикаций, опубликованных материалов по результатам деятельности рейдовых бригад) и непосредственно организаторской функции (количество помещенных в газете ответов по материалам выступлений, опубликованных и неопубликованных писем).

Так, согласно отчету газеты «Крымская правда» за 1975 г. [6, л. 2], количество авторов, постоянно сотрудничающих с газетой, то есть готовящих материалы в номера, составляло 1100 человек, из них больше всего рядовых колхозников и рабочих совхозов – 236, а также рядовых работников – 210, меньше всего советских (27), партийных работников (60) и руководителей предприятий (60).

Отдельными строками в отчете указано, что газетой проведено 28 семинаров и совещаний с рабселькорами и 7 читательских конференций. Обращает на себя внимание такой формат, как читательская заочная конференция. Подобное мероприятие провела редакция «Крымской правды» совместно с областным производственно-техническим управлением Министерства связи. Подписчикам газеты предлагались вопросы относительно содержания газеты и ее доставки, критических замечаний, советов и пожеланий. «Редакция “Крымской правды” обсудила ответы участников заочной конференции на творческом совещании сотрудников и наметила меры по претворению в жизнь предложений, советов, критических замечаний. Мы благодарим читателей за эту помощь и поддержку», – сообщается в материале под заголовком «Читатели советуют, предлагают», опубликованном по результатам конференции в номере от 9 июня 1976 г. [13].

В отчете содержатся сведения о создании при газете 14 внештатных отделов, в которых работало 82 работника. Например, при отделе информации «Крымской правды» действовали внештатные подотделы краеведения, спорта, при отделе патриотического воспитания – совет ветеранов.

Кроме того, при газете функционировали две общественные приемные – в Симферополе и Алуште, в которых осуществлялся прием юристами по вопросам советского права. В 1975 г. в них получили квалифицированную юридическую консультацию более 1,5 тыс. человек.

Если говорить о втором критерии такого показателя, как связь с массами (обратная связь), – количестве поступивших в редакцию писем, то редакция «Крымской правды» в 1975 г. получила 30,9 тысячи писем. Для газеты важнейший источник сведений как о недостатках и способах их ликвидации, так и предложений по интенсификации производства, повышения производительности труда и улучшения качества жизни, – письма читателей. Работе с читательской корреспонденцией в газете, как и в любом другом советском издании, уделялось особое внимание. Об этом свидетельствует и подробная регламентация процесса работы с письмами в редакции, и наличие отдельной отчетности по этому виду деятельности, и проведение учебы по вопросам организации работы с читательской корреспонденцией. Например, в 1964 г. профильным управлением на базе газеты «Крымская правда» проведена практика для заведующих отделами писем районных газет. Учебное мероприятие было рассчитано на шесть дней. Практиканты изучали организацию работы с письмами читателей, тематические подборки газеты; учились разбирать редакционную почту, практиковались в подготовке ответов; знакомились с работой редакции после опубликования письма; выезжали в командировку по письму в редакцию.

В отчете «Крымской правды» за 1975 г. [6, л. 3] содержится подробное описание процедуры обработки писем. Поступающие в редакцию письма в тот же день регистрируются. Система учёта – алфавитная карточка – позволяет в любой момент быстро установить, в каком отделе, у какого сотрудника находится письмо, в какое учреждение послано и какова его судьба.

Все письма прочитываются заведующим отделом писем и литературными сотрудниками отдела, наиболее важные рассматриваются редактором и его заместителями.

Письма, пригодные для печати, направляются в отраслевые отделы редакции, за их получение отдел расписывается в учётной карточке и регистрирует в своём журнале. По окончании работы с письмом отдел возвращает его с пометкой «опубликовано».

Другая часть писем посылается в партийные, советские и хозяйственные организации для решения затронутых в них вопросов, принятия мер на местах и дачи ответа. Одновременно с отправкой письма посылается сообщение об этом автору. Важные жалобы и письма, которые направляются для разбора и принятия мер на местах, берутся на контроль. Не получив в указанный срок ответа, отдел посылает напоминания.

На письма, в которых содержатся малозначительные жалобы, авторам отвечает заведующий отделом писем или заместитель редактора, указывая, где надо решать этот вопрос.

Ежегодно проводятся проверки работы с письмами трудящихся в отделах. По их результатам, в том числе, вскрываются факты задержки с ответами, с публикацией материалов по письмам трудящихся. Сотрудникам редакции указывается на необходимость усиления контроля за своевременным получением ответов на все письма, посылаемые в различные организации, и за действенностью опубликованных корреспонденций. Также акцентируется внимание на работе с читателями, которых нужно ориентировать на то, чтобы преобладали письма, поднимающие общезначимые проблемные вопросы в сферах промышленности, сельского хозяйства, науки и культуры.

Ежемесячно составляются отчеты о работе с письмами трудящихся, отпечатанные на специальном бланке. Отчет в виде таблицы содержит сведения о количестве поступивших писем; опубликованных в газете; посланных на расследование. Отчетные показатели даются с разбивкой по отделам.

Согласно отчету о работе с письмами трудящихся редакции газеты «Крымская правда» за 1975 г. [6, л. 1], из полученных писем почти половина – 12,7 тыс. были опубликованы в газете, 7,8 тыс. – посланы на расследование.

Такой оборот писем обуславливает многообразие газетных рубрик, содержание которых составляют письма читателей: «Из почты “Крымской правды”», «Наша почта», «Из вчерашней почты», «Из последней почты», «Письмо позвало в дорогу», «Командировка по письму читателей», «Отвечаем на ваши письма», «“Крымской правде” отвечают», «По следам неопубликованного письма», «Острый сигнал», «Короткие сигналы» и т.д. Сатирическая страница «Секатор» составляется также по читательским письмам.

Почти идентичные рубрики, немного отличающиеся названиями, – «Из почты “Крымской правды”» и «Наша почта» характеризуются тем, что в них содержатся не только материалы по письмам читателей, в которых озвучиваются проблемные вопросы, примеры бесхозяйственности, бездеятельности, очковтирательства и т.п. В ней также регулярно помещается информация о положительных явлениях в социальной действительности, которые побуждают читателей рассказать о положительном опыте и в том числе поблагодарить людей за их труд и отзывчивость. Среди материалов рубрики – сообщения читателей о разного рода недостатках в работе тех или иных организаций; письма с ответами на них ответственных лиц, а также непосредственно ответы на запросы редакции, направленные в соответствующие организации для разрешения проблем, озвученных в читательской корреспонденции.

Например, в материалах рубрики «Наша почта» в номере за 9 декабря 1975 г. помещено письмо Героя Советского Союза А. Казаряна об отсутствии пригодного помещения отдела социального обеспечения Симферопольского горисполкома и длительном бездействии городской власти в решении вопроса о надлежащем обслуживании инвалидов войны и труда. Также в рубрике содержатся две короткие заметки, в которых приводятся ответы ведомств на озвученные в письмах читателей факты нарушений: о реагировании треста «Юждорострой» на обнародованные факты пьянства бригадира и рабочих второго участка; районного управления сельского хозяйства Сакского райисполкома о мерах, принятых в связи с перебоями в обеспечении

питьевой водой населения села Добрушино – пробурена новая скважина, строится водовод от нее к селу.

Сообщения о разного рода проблемных ситуациях, с которыми сталкиваются крымчане, размещаются также в рубриках «Острый сигнал» и «Короткие сигналы». Материалы рубрики «Короткие сигналы» представляют интерес, поскольку они являются аналогами тех сообщений с мест, которыми сегодня пестрят многочисленные страницы соцсетей, с той только разницей, что появлялись они в газете, с учетом скорости информационного обмена, не так оперативно. Существенным отличием являлось и то, что реагировать на них обязаны были не только ответственные чиновники – в обязанность газеты вменялся контроль за тем, как устраняются нарушения, о чем газеты отчитывались в специальной форме отчета.

Так, в рубрике «Острый сигнал» в номере за 2 ноября 1975 г. размещено письмо о нарушении сроков строительства санаторного комплекса «Ай-Даниль» трестом «Ялтаспецстрой», а в рубрике «Короткие сигналы» в номере за 21 ноября 1975 г. – заметки о неработающем отоплении в одном из домов совхоза имени 1 Мая; о два месяца молчащем радио в пос. Гвардейское Первомайского района; о нарушении расписания движения автобусов по маршруту между пос. Научным Бахчисарайского района и областным центром.

Очевидно, что проблемы и недостатки озвучиваются не только в читательской корреспонденции, но и в различных материалах газеты, написанных штатными и внештатными корреспондентами или авторами «Крымской правды». Поскольку прозвучавшая критика не может оставаться без ответа, информация о принятых мерах помещается в специальной рубрике – «Служба действенности». Она содержит сведения о том, что сделано для устранения нарушений, обнаруженных в опубликованных и неопубликованных читательских письмах, а также в других газетных материалах. В отчете «Крымской правды» за 1975 г. содержатся сведения об опубликовании в течение отчетного периода 534 критических статей, размещении по следам выступлений и неопубликованных писем 310 материалов.

Так, в номере за 1 декабря 1975 г. в рубрике «Служба действенности» опубликована информация о принятых мерах в связи с обнаруженными фактами нарушений в деятельности детского отделения Садовской участковой больницы и при обеспечении противопожарной безопасности животноводческих ферм Краснопереконского района; затягивания работ на водопроводе на улицах Войкова и Колодяжного в Керчи; нереагирования на просьбы жителей Сак оборудовать автобусную остановку у молокозавода; ненадлежащем ремонте крыш домов по улице Севастопольской и Киевской в Симферополе.

Например, в номере за 20 ноября 1975 г. содержатся ответы начальника управления сельского хозяйства Джанкойского райисполкома и председателя Черноморского райисполкома на статью «Крымской правды» «Больше полноценных кормов», написанную по материалам выезда рейдовой бригады газеты и народных контролеров и содержащую анализ работы районных межколхозных комбикормовых заводов. В этом же номере в названной рубрике помещен ответ, данный председателем Уютненского сельсовета на озвученные в статье «Крымской правды» факты нарушения правил торговли спиртным и слабой борьбе с пьянством.

Ситуация в Уютном специально изучалась корреспондентом «Крымской правды» в ходе выезда в село. Материалы журналистского расследования опубликованы в одной из постоянных рубрик газеты «Письмо позвало в дорогу». Председатель Уютненского сельсовета тов. Крыжановский сообщил редакции, что на территории села действуют принятые исполкомом сельсовета решения «О правилах торговли спиртными напитками» и «О запрещении продажи спиртных напитков всех видов в столовых и ларьках»; работники торговли, допустившие нарушения действующих правил, наказаны, а всего за истекший год к административной ответственности привлечено 25 человек, восемь осуждены на 10-15 суток.

Материалы постоянной рубрики «Письмо позвало в дорогу», как уже было сказано, представляют собой по форме журналистские расследования: в определенных ситуациях редакция принимает решение не запрашивать комментарий ответственных

лиц, а направляет своего корреспондента для выяснения на месте всех обстоятельств, изложенных в читательских письмах.

Например, в рубрике «Командировка по письму читателей» в номере 26 июня 1976 года (№149) содержится расследование сотрудника общественной приемной И. Хруцкой, выехавшей в село Залесье Симферопольского района по письму читателей, которые жаловались на работу местного продовольственного магазина. Корреспондент побеседовала с завмагом, проверила наличие документов на продукцию, изучила книгу жалоб и предложений, санитарный и контрольные журналы, тетрадь комиссии кооперативного контроля, получила комментарий председателя лавочной комиссии, которая заверила, что в магазине будет наведен порядок – на что и выражает надежду автор статьи.

Нередко публикации в рубрике «Служба действенности» носят характер обобщающих статей, представляющих собой обзоры писем в редакцию граждан и ответов компетентных ведомств. Подобный большой обзор помещен в номере за 14 ноября 1975 г. В нем, на конкретных примерах, дана оценка качеству рассмотрения обращений и жалоб граждан, оперативности, полноте реагирования, а также содержательности и понятности ответов. В анализе отмечается, что «большинство писем объемистой почты редакции направляется обычно в различные организации для разбора и принятия действенных мер. Направляя письмо, редакция не снимает его с контроля и внимательно следит за ответами на посланные сигналы. Следует сказать, что в большинстве случаев ответы дают незамедлительно и по существу <...> процент “молчалычов” не так уж велик. Гораздо больше тех, кто охотно, порой и не задумываясь, рассылает различного рода бюрократические “бумаги”, как-то: обещания, ответы не по существу и другие отписки» [11]. Газета контролирует и поучает: «деловитый, оперативный ответ – показатель меры ответственности и руководителя, ставящего свою подпись», «ответы на письма трудящихся должны быть кратки, но доступны для понимания», «ответ на письмо, жалобу пишется не для того, чтобы вызвать улыбку. Это, прежде всего, документ. И как подлинный документ он должен быть деловит, конкретен, с максимальной гарантией достоверности каждого слова» [11].

Два раза в месяц на газетной полосе размещается подборка материалов в большой рубрике «Секатор» – в ней собираются критические материалы, в которых отдельные негативные факты социальной действительности описываются сатирическим пером.

Например, в номере за 15 ноября 1975 г. в рубрике «Секатор» опубликован материал, затрагивающий проблему расположения вблизи школы и парка с детским уголком питейных заведений. Последние провоцируют «отклонения от нормального поведения» со стороны выпивох и пьяниц, которые в треугольнике, образованном кинотеатром «Мир», детским кафе «Аленка» и школой № 24, «теряют ориентацию», дебоширят и сквернословят. Автор статьи адресует к Киевскому райисполкому и другим ответственным ведомствам, чтобы они разобрались с проблемой этого «Бермудского треугольника». Здесь же помещена заметка о потере холодильника взявшим его на ремонт Джанкойским райбыткомбинатом – ситуация из разряда «все это было бы смешно, когда бы не было так грустно».

В соответствии с принципом действенности, рубрика «Секатор» состоит из двух частей: в одной описываются недостатки и упущения, в другой – меры по их устранению. Часть, посвященная мерам реагирования на озвученные факты нарушений, называется «Секатору шлют ответы». Так, в рассматриваемом номере за 15 ноября 1975 г. помещены ответы начальника Симферопольского эксплуатационного технического узла связи В.В. Слуцкого на критику в связи с неработающим в селе Веселовке Сакского района радио; и.о. начальника Симферопольского горжилуправления В.М. Топорнина о принятых мерах по жалобе пенсионерки Н.М. Черновой на волокиту с ремонтом печки в квартире.

Спецификой «Секатора» является так же то, что отдельные факты описываются не просто в сатирическом ключе, но еще и в стихотворной форме. Например, претензии к качеству лезвий «Нева» предъявлены в таком стихе: «Какой-то маг, / Встречал недавно в прессе я, / Глотает бойко бритвенные лезвия. / И жив-здоров – / Идет о нем молва. / Наверно, / Это лезвия / “Нева”» [12]. В номере за 1 ноября 1975 г. в «Секаторе» критикуются перекосы в организации движения народных контролеров: «В одном

магазине / В поте лица / Когда-то работали / Два продавца. / Другие в торговле веянья ныне, / И нет продавцов в магазине в помине. / Нет продавцов, / Но теперь для надзора / Грозных четыре / Стоят контролера» [10].

Закономерно, в рубрике «Секатор» печатаются фельетоны. В то же время в газете присутствуют и отдельные самостоятельные рубрики – «Сатирическим пером» и «Фельетон», в которых бичуются откровенные разгильдяйство и головотяпство.

Третий блок отчета содержит показатели, отражающие эффективность применения такой формы общественно-массовой работы, как выезды рейдовых бригад. Их корреспонденты «Крымской правды» регулярно проводят совместно с представителями народного контроля, а также профильными специалистами. В ходе выездов рейдовых бригад проверяется состояние дел в разных отраслях народного хозяйства. Организация зимовки скота, сбор винограда и пшеницы, готовность элеватора к приему зерна, культивация подсолнечника, ход строительства мясокомбината и общеобразовательной школы, реконструкция помещений больницы, работы по благоустройству города – вот небольшой перечень самых разнообразных вопросов, которые лично проверяются журналистами с выездом непосредственно на место.

Так, в четвертом квартале 1975 г. опубликованы аналитические статьи по результатам рейдовых проверок: работы районных межколхозных комбикормовых заводов, животноводческих хозяйств Симферопольского района, совхозов и колхозов Белогорского района. Информация о принятых мерах по исправлению ситуации публикуется в рубрике «Служба действенности». Так, в этой рубрике размещены сведения о неиспользованных возможностях для повышения качества и количества выпускаемых комбикормов: через месяц на статью «Больше полноценных комбикормов» начальник управления сельского хозяйства Джанкойского райисполкома отчитался об используемых добавках при изготовлении комбикормов, а председатель Черноморского райисполкома – о прекращении переработки фуражного зерна, о начале изготовления соломенно-концентратных гранул для овощеводства и в целом об увеличении выработки кормов.

Всего, согласно отчету, в 1975 г. газетой опубликовано 65 материалов рейдовых бригад, в которых приняло участие 480 человек.

Выводы. Предпринятый анализ номеров газеты «Крымская правда» и ее редакционного архива наглядно демонстрирует эффективность реализации крымским печатным средством массовой информации категории «действенность». Газета в середине 70-х гг. XX имела самый большой читательский актив – 1100 человек, годовой оборот писем составлял свыше 30 тысяч.

В редакционной практике газеты категория действенности объективировалась в создании и функционировании отдела писем, 14 внештатных отделов (в которых постоянно работало 82 автора), двух общественных приемных.

Обширная аудитория позволяла изданию осуществлять результативные формы организационно-массовой работы, такие как журналистские рейды и читательские конференции. Так, отчетные данные свидетельствуют о том, что массовые выезды рейдовых бригад, в которых участвовали журналисты газеты, проводились еженедельно.

Внушительный оборот читательской корреспонденции обуславливал многообразие газетных рубрик действенности: «Из почты “Крымской правды”», «Наша почта», «Из вчерашней почты», «Из последней почты», «Письмо позвало в дорогу», «Командировка по письму читателей», «Отвечаем на ваши письма», «“Крымской правде” отвечают», «По следам неопубликованного письма», «Под острым углом», «Острый сигнал», «Короткие сигналы» и т.д., а также сатирическая страница «Секатор». На все критические материалы, опубликованные в названных рубриках, в обязательном порядке в течение месяца размещались ответы в рубрике «Служба действенности».

Результаты работы редакции свидетельствуют о том, что издание выполняло функции общественного контроля и организаторскую, не только вскрывая недостатки, но и показывая причины и условия, а также пути решения озвученных в прессе проблем. В этом плане опыт советской газеты может служить ориентиром для современной социальной журналистики, перед которой ставится задача не просто информировать о происходящих событиях, но оказывать непосредственное влияние на жизнь общества, участвовать в «регулировании отношений между людьми и социальными общностями»,

«позитивно влиять как на сами эти отношения, так и на социальные структуры, управляющие различными сферами общественной жизни» [5, С. 16].

Список литературы:

1. Вартанова, Е.Л. Социальная ответственность СМИ в условиях становления медиабизнеса / Е.Л. Вартанова // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2007. – (1-2). – С. 222-233
2. В.И. Ленин, КПСС о печати. Сборник документов и материалов. – М., 1974. – 284 с.
3. Владимир Соловьев возглавил Союз журналистов России. – URL: <https://www.tvc.ru/news/128191> (дата обращения: 31.01.2026)
4. Дзялошинский, И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям / И.М. Дзялошинский. – М., 2006. – 104 с.
5. Дзялошинский, И.М. Социальная журналистика: поле для профессионалов или поляна для дилетантов / И.М. Дзялошинский // Социальная журналистика: профессия и позиция. – М., 2005. – С. 16-21
6. ГАРК. – Ф. Р 4167. – Оп. 1. – Д. 67.
7. Кадырова, Г.Х. Категориальная динамика действенности медиа: социально-регулятивный и информационно-жанровый аспекты: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.01.10 / Кадырова Гульфия Хайдаровна. – Краснодар, 2019. – 21 с.
8. Кадырова, Г.Х. Фреймы действенности журналистских выступлений в российской медиасфере / Г.Х. Кадырова // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Екатеринбург, 25-26 апреля 2019 г.). В 2-х ч. – Ч. 2. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. – С. 38-41
9. Корконосенко, С.Г. Введение в теорию журналистики / С.Г. Корконосенко. – М., 2011. – 272 с.
10. Крымская правда. – 1975. – № 258 (1 ноября).
11. Крымская правда. – 1975. – № 268 (14 ноября).
12. Крымская правда. – 1975. – № 269 (15 ноября).
13. Крымская правда. – 1976. – № 135 (9 июня).
14. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М., 2011. – 351 с.

ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА СТАРТАПОВ В РОССИИ КАК ЭЛЕМЕНТЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

Вовк Екатерина Владимировна,

кандидат педагогических наук, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Дружинина Дарья Андреевна,

студентка 4 курса направления подготовки

«Реклама и связи с общественностью»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. Статья посвящена исследованию роли стартапов в условиях цифровой трансформации экономики России, их ключевых характеристик, этапов развития и особенностей функционирования в нашей стране. В статье раскрывается понятие «стартап» в современном научном и бизнес-контексте. Приводится разграничение между стартапами и традиционным бизнесом. Отдельно подчеркнута ключевая роль цифрового маркетинга в развитии стартапов. Описаны преимущества и инструменты, которые позволяют стартапам с ограниченными ресурсами эффективно выходить на рынок, тестировать гипотезы и масштабироваться.

Ключевые слова: стартап, электронная коммерция, развитие бизнеса, малый бизнес, цифровая торговля, цифровой маркетинг, предпринимательская деятельность, предпринимательство в России, роль маркетинга в бизнесе.

Annotation. The article is devoted to the study of the role of startups in the digital transformation of the Russian economy, their key characteristics, stages of development and features of functioning in our country. The article reveals the concept of "startup" in the modern scientific and business context. A distinction is made between startups and traditional businesses. The key role of digital marketing in the development of startups was highlighted. The advantages and tools that allow startups with limited resources to effectively enter the market, test hypotheses and scale are described.

Key words: startup, e-commerce, business development, small business, digital commerce, digital marketing, entrepreneurial activity, entrepreneurship in Russia, the role of marketing in business.

Постановка проблемы. Парадокс современной российской стартап системы заключается в том, что, с одной стороны, она обладает значительным потенциалом за счёт высокого уровня технологических компетенций и активной государственной поддержки, а с другой сталкивается с серьёзными ограничениями: дефицитом частного венчурного капитала, концентрацией активности в крупных городах и санкционным давлением. В условиях ограниченных ресурсов стартапы вынуждены искать экономически эффективные пути выхода на рынок и масштабирования. Цифровой маркетинг выступает одним из таких инструментов, но его потенциал в контексте российских реалий раскрыт не в полной мере. Необходимо провести аналитическую работу о том, как сочетание внешних ограничений и цифровых возможностей влияет на стратегии развития стартапов.

Изложение основного материала. В эпоху цифровой трансформации экономики стартапы играют центральную роль в инновационном предпринимательстве. Прогресс в области информационных технологий, стремительное распространение данных и глобализация рынков создали уникальную бизнес-модель, характеризующуюся высокой динамичностью, адаптивностью и стремлением к масштабированию. Именно в таких

условиях появился феномен стартапа как особая организационно-экономическая форма воплощения идей.

Понятие «стартап» (от англ. «start-up», что значит запуск) изначально относилось к недавно созданным компаниям, но со временем его значение значительно расширилось. В современном научном и бизнес-контексте стартап рассматривается не просто как новый бизнес, а как временная структура, сформированная для поиска масштабируемой и воспроизводимой бизнес-модели. Значительный вклад в развитие теории стартапов сделал Эрик Рис, который разработал концепцию бережливого предпринимательства, представленную в книге «Бережливый стартап». Согласно его методологии, стартап – это организация, разрабатывающая новый продукт или услугу в условиях высокой неопределённости. Основным инструментом управления в такой компании является проверка гипотез с помощью минимально жизнеспособного продукта и оперативная адаптация к отзывам рынка.

Таким образом, стартап можно охарактеризовать через совокупность следующих признаков:

1. Инновационность. Наличие нового технологического, организационного или маркетингового решения.
2. Высокий уровень неопределённости. Отсутствие подтверждённой бизнес-модели на старте.
3. Масштабируемость. Потенциальная возможность быстрого роста без пропорционального увеличения затрат.
4. Ориентация на быстрый рост. Стремление к выходу на новые рынки.
5. Привлечение внешнего финансирования. Использование капиталов, грантов или инвестиций.

Стоит отметить, что не каждый новый бизнес можно назвать стартапом. Например, открытие розничного магазина не связано с поиском инновационной бизнес-модели и возможностью масштабирования, поэтому не вписывается в классическое определение стартапа. В отличие от обычного малого бизнеса, стартап функционирует в условиях значительной неопределённости и нацелен на стремительный рост.

Стартапы как форма организации неразрывно связаны с цифровым пространством. Сегодня большинство стартапов работают в области информационных технологий, электронной коммерции, образовательных технологий и других сегментах цифровой экономики. Их деятельность изначально базируется на применении онлайн-платформ, цифровых аналитических инструментов, автоматизации процессов и интернет-коммуникаций.

С позиции маркетинга стартапу важно оперативно выйти на рынок, оценить спрос и сократить расходы на продвижение. В связи с этим цифровые маркетинговые инструменты, такие как социальные сети, таргетированная реклама, контент-маркетинг, SEO и аналитические платформы, играют ключевую роль в его росте.

Явление стартапов возникло благодаря научно-техническому прогрессу второй половины XX века и эволюции информационных технологий. Основой для появления стартапов послужило создание инновационных кластеров.

В России становление стартапов началось позже, когда интернет стал более доступным и сформировался ИТ-сектор. Возникли местные технологические компании, такие как Яндекс, ставшие образцом успешной цифровой трансформации бизнеса. Впоследствии государственная поддержка инноваций, создание технопарков и специализированных фондов способствовали развитию российской стартап-экосистемы.

Создание стартапа – это последовательный путь превращения новаторской идеи в стабильную и расширяемую бизнес-модель. В отличие от классических компаний, стартапы не имеют заранее установленной управленческой структуры и постоянного потока доходов. Их развитие сопровождается значительной неопределённостью, постоянной проверкой гипотез и необходимостью быстро реагировать на изменения в рыночной среде.

Существуют различные модели жизненного цикла стартапа, но в общем можно выделить несколько основных этапов, которые отражают логику его роста и развития:

1. *Этап формирования идеи.*

В начальной фазе зарождается креативная концепция, выявляется потребительская проблема и предлагается возможное её решение. Главная задача команды – провести анализ рынка, определить целевую аудиторию и разработать ценностное предложение. На этом этапе у стартапа ещё нет готового продукта, и финансирование в основном осуществляется за счёт личных средств основателей. С точки зрения цифрового маркетинга уже на этой стадии можно протестировать интерес аудитории с помощью посадочных страниц, социальных сетей и контекстной рекламы.

2. Этап создания минимально жизнеспособного продукта.

Следующий шаг включает создание минимально жизнеспособного продукта. Это версия продукта, содержащая только основные уникальные функции, достаточные для тестирования на небольшой группе. Основная задача этого этапа – собрать отзывы от настоящих пользователей и убедиться, что продукт соответствует рыночным ожиданиям. В условиях цифровой экономики этот процесс значительно ускоряется благодаря использованию онлайн-платформ. На этом этапе стартап активно задействует инструменты цифрового маркетинга.

3. Этап подтверждения бизнес-модели.

После проведения тестирования на предыдущем этапе и получения начальной обратной связи, стартап приступает к проверке жизнеспособности своей бизнес-модели. Главная цель этого этапа – убедить инвесторов и рынок в том, что проект способен приносить прибыль. Финансирование может поступать от бизнеса, фондов или через государственные гранты. В России, например, Сколково предоставляет поддержку инновационным проектам.

4. Этап масштабирования.

На этом этапе компания переживает стремительный рост, расширяя своё присутствие и наращивая объёмы продаж. Эффективность бизнес-модели уже подтверждена, а продукт завоевал признание на рынке. Расширение в цифровом пространстве происходит в основном через онлайн-каналы: маркетплейсы, социальные сети, мобильные приложения и международные платформы.

Становление стартапов в России характеризуется рядом уникальных черт, связанных с экономическими, институциональными, технологическими и геополитическими условиями. В отличие от США и Западной Европы, где экосистема стартапов формировалась на протяжении многих десятилетий, в России активное развитие этой модели началось только в 2000-х годах.

Государственные институты развития, такие как Фонд содействия инновациям, Российская венчурная компания и региональные технопарки, играют ключевую роль в становлении стартапов. В отличие от западной модели, где основную роль выполняет частный венчурный капитал, в России акцент делается на государственную поддержку, включающую грантовые программы и субсидии [4].

Ещё одной значимой характеристикой является значительная концентрация стартап-активности в крупных городах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Казань и Новосибирск. Современная стартап-среда в России также формируется под воздействием санкций и изменений во внешнеэкономических отношениях. Ограниченный доступ к зарубежным инвестициям и международным рынкам заставил проекты сосредоточиться на внутреннем рынке и развивать технологии, заменяющие импорт. Это способствовало увеличению числа стартапов в областях: финансовых технологий, онлайн-торговли, кибербезопасности, искусственного интеллекта.

Ключевую роль в создании цифровой экосистемы играют ведущие российские технологические компании, такие как Яндекс и VK. Они формируют инфраструктуру, способствующую развитию малого инновационного бизнеса. Благодаря их экосистемам, стартапы получают доступ к широкой аудитории, рекламным инструментам, облачным сервисам и аналитическим данным.

В условиях нестабильности стартапы вынуждены оперативно пересматривать свои стратегии, адаптировать бизнес-модели и снижать затраты. В таких обстоятельствах цифровой маркетинг становится ключевым инструментом для быстрого реагирования на колебания спроса.

Российская стартап-среда отличается уникальным сочетанием факторов: государственной поддержкой, высоким уровнем технологических навыков,

ограниченным доступом к международным инвестициям и активным развитием внутренних цифровых экосистем. Эти характеристики создают особую модель работы стартапов в России и оказывают непосредственное влияние на их маркетинговые подходы.

Финансовая поддержка играет решающую роль в успешном развитии стартапа. На начальных этапах, когда стабильный денежный поток ещё не налажен и ситуация полна неопределённости, возможность привлечения капитала становится определяющим фактором для расширения бизнеса и укрепления его позиций на рынке [2].

В российской системе финансирования стартапов есть свои уникальные черты, отличающие её от западных подходов. В то время как в США преобладает частный капитал, в России заметное влияние оказывает участие государства.

Основные источники финансирования российских стартапов:

1. Личные финансы. На начальных стадиях бизнеса предприниматели обычно прибегают к использованию своих накоплений или средств партнеров. Этот метод помогает сохранить контроль над фирмой, но может замедлить темпы её роста.

2. Финансирование бизнесом. Это привлечение частных инвесторов, которые инвестируют средства в стартапы на начальных этапах развития, получая взамен долю в компании.

3. Венчурные фонды. Венчурное финансирование подразумевает вложение средств в проекты с высоким уровнем риска, но и с возможностью значительной прибыли. В России важную функцию выполняет Российская венчурная компания (РВК), наряду с частными фондами.

4. Государственные гранты и субсидии. Значительную помощь предоставляют государственные программы, включая гранты от Фонда содействия инновациям и инициативы, осуществляемые в рамках Сколково. Финансирование от государства играет ключевую роль, особенно для технологических и научных проектов с продолжительным циклом разработки.

5. Вложения в корпоративный сектор. Крупные технологические корпорации организуют собственные акселерационные программы и инвестиционные отделы. Экосистемы таких компаний, как Яндекс, поддерживают внедрение стартапов в цифровую инфраструктуру, предоставляя им доступ к аудитории и ресурсам.

Также многие стартапы в России стремятся как можно быстрее достичь самоокупаемости, так как у них нет возможности полагаться на продолжительное венчурное инвестирование. Это накладывает отпечаток на их маркетинговые стратегии: компании вынуждены сосредотачиваться больше на краткосрочной монетизации, чем на долгосрочном расширении рыночной доли.

Финансирование российских стартапов осуществляется по комбинированной модели, где государственная поддержка интегрируется с частными вложениями и корпоративными инициативами. Ограниченные ресурсы подчеркивают важность цифрового маркетинга как экономически выгодного средства для продвижения и расширения проектов.

Ключевые направления развития стартапов в России. Несмотря на значительное развитие инновационного бизнеса, российская стартап-экосистема успешно преодолевает ряд системных трудностей, которые влияют на темпы роста и конкурентоспособность проектов.

Несмотря на обозначенные сложности, российская стартап-среда обладает значительным потенциалом роста.

1. Укрепление внутреннего рынка. Увеличение объёмов электронной торговли и цифровых услуг создаёт стабильный спрос на технологические решения.

2. Государственная поддержка. Грантовые программы и налоговые послабления для IT-компаний стимулируют развитие инновационной деятельности.

3. Развитие искусственного интеллекта и автоматизации. Интеграция AI-технологий открывает новые ниши для стартапов.

4. Увеличение уровня цифровой грамотности среди населения. Активное использование онлайн-сервисов способствует повышению готовности аудитории к освоению новых продуктов.

5. Увеличение значимости цифрового маркетинга. Совершенствование аналитических инструментов, таргетированной рекламы и управления данными дает стартапам возможность более успешно соперничать, даже имея скромные ресурсы.

В условиях современной цифровой экономики, цифровой маркетинг стал основным инструментом для успешного ведения бизнеса. Это комплексная система, направленная на продвижение товаров, услуг и брендов через цифровые каналы связи, используя технологии для сбора, обработки и анализа данных о потребителях. В отличие от традиционного маркетинга, который фокусируется на массовых коммуникациях и имеет ограниченные возможности обратной связи, цифровой маркетинг основывается на интерактивности, персонализированном подходе и способности точно измерять результаты [1].

Расширение цифрового маркетинга стало реальностью благодаря повсеместному доступу к интернету, распространению мобильных гаджетов и популярности социальных сетей. Цифровая среда существенно изменила повадки потребителей: процесс принятия решения о покупке стал более сложным и многослойным, основываясь на самостоятельном поиске информации. Пользователи изучают отзывы, сопоставляют различные предложения и взаимодействуют с брендом через множество каналов. В такой обстановке маркетинг эволюционирует из одностороннего общения в полноценный диалог между компанией и клиентом.

Ключевым преимуществом цифрового маркетинга является его возможность быть измеренным. Компании могут анализировать данные о кликах, просмотрах, конверсии, времени взаимодействия с контентом и других метриках. Это даёт возможность быстро вносить изменения в стратегию и эффективно распределять рекламные бюджеты.

Стартапы работают в условиях ограниченных ресурсов и высокой неопределённости, что делает цифровой маркетинг ключевым элементом их развития. В отличие от крупных компаний, у стартапов нет большого бюджета на традиционную рекламу, поэтому они полагаются на digital-инструменты как на основной способ выхода на рынок. На начальных стадиях важно выяснить, есть ли реальный интерес к предлагаемому продукту. Для этого используются лендинги, тестовые рекламные кампании и A/B-тестирование различных предложений. Анализ реакции аудитории помогает скорректировать ценностное предложение и снизить риски неудачного запуска.

Стартапы часто служат экспериментальными платформами для апробации свежих рекламных форматов, автоматизированных технологий и персонализированных алгоритмов. Их гибкость способствует более быстрому внедрению инноваций, которые затем распространяются по всей индустрии. Таким образом, стартапы выступают не только потребителями цифровых маркетинговых инструментов, но и активно участвуют в их формировании. Они разрабатывают новые каналы связи, создают цифровые сервисы и строят инфраструктуру, поддерживающую развитие современного рынка [3].

В эпоху цифровой трансформации в России эта роль становится особенно важной: стартапы выступают источниками инноваций и одновременно встраиваются в уже существующие цифровые платформы, способствуя стабильности и динамичности маркетинговой среды.

Выводы. Можно заключить, что развитие стартапов в России происходит в условиях, где переплетаются структурные ограничения и значительные возможности для роста. Ограниченный доступ к инвестициям, нехватка квалифицированных специалистов и иные преграды затрудняют расширение инновационных инициатив. Однако цифровая трансформация экономики, развитие отечественных платформ и государственная поддержка IT-сектора создают благоприятные условия для дальнейшего роста стартап-экосистемы. Цифровой маркетинг играет ключевую роль в преодолении ресурсных ограничений, обеспечивая экономически эффективное продвижение, прозрачность измерений и возможность роста без значительных финансовых вложений.

Следовательно, будущее стартапов в России тесно связано с усилением цифровизации, интеграцией технологий искусственного интеллекта и созданием устойчивых маркетинговых стратегий, опирающихся на анализ данных.

Список литературы:

1. Викторова, В.В. Цифровой маркетинг / В.В. Викторова, Е.В. Романенко // Экономика и социум. – 2015. – № 1-2 (14). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-marketing> (дата обращения: 25.02.2026)
2. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.П. Голубков. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
3. Евстигнеева, П.В. Анализ особенностей маркетинга в России в условиях цифровизации / П.В. Евстигнеева // Мир новой экономики. – 2021. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-osobennostey-marketinga-v-rossii-v-usloviyah-tsifrovizatsii> (дата обращения: 25.02.2026)
4. Колосова, Д.М. Основы цифрового маркетинга / Д.М. Колосова, К.А. Кузьмин, В.Е. Лебедь // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 11-1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovy-tsifrovogo-marketinga> (дата обращения: 25.02.2026)
5. Моллаев, М. Современный цифровой маркетинг / М. Моллаев // Вестник науки. – 2023. – № 1 (58). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-tsifrovoy-marketing> (дата обращения: 27.02.2026)

УДК 76.01

АНИМАЦИЯ КАК ВИЗУАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМЕ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ

Габриелян Тигран Олегович,

кандидат искусствоведения, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Вовк Дарья Денисовна,

студентка 6 курса направления подготовки «Графика»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. В статье представлен семиотический анализ трех анимационных фильмов («Кем быть?», «Навигатум: Калейдоскоп Профессий», «Зверополис»), которые раскрывают проблему выбора будущей профессии. Главными задачами статьи являются изучение смысловых и содержательных составляющих проектов, рассмотрение формальных, композиционных, цветовых и пластических решений проектной и художественной составляющих. В заключении проведённого исследования делается вывод о том, как анимационное произведение способно раскрыть проблему и решить её.

Ключевые слова: анимационное произведение, профориентационные мультфильмы, проблема профориентации, семиотический анализ.

Annotation. The article presents a semiotic analysis of three animated films («Who should I be? », «Navigatum: A Kaleidoscope of Professions», «Zootopia») that reveal the problem of choosing a future profession. The main objectives of the article are to study the semantic and substantive components of projects, to consider formal, compositional, color and plastic solutions of design and artistic components. In the conclusion of the conducted research, a conclusion is drawn about how an animated work is able to reveal the problem and solve it.

Key words: animated work, career guidance cartoons, career guidance problem, semiotic analysis.

Постановка проблемы. В современном обществе получение высшего образования считается престижным и зачастую воспринимается как обязательное условие для успешного карьерного роста. Каждый год значительное число абитуриентов

испытывают трудности не только в выборе конкретного вуза, но и будущей специальности. Молодые люди часто сталкиваются с переизбытком информации: тысячи специальностей, стереотипы, давление общества, страх ошибиться. Это приводит к стрессу, прокрастинации и неверным решениям. Классические подходы, такие как лекционные формы, тестирование и использование печатных информационных ресурсов, зачастую не соответствуют цифровым паттернам поведения и когнитивным особенностям представителей поколений Z и Alpha, что негативно сказывается на уровне их вовлеченности и эффективности восприятия информации. В то же время наблюдается повсеместное распространение визуальных и интерактивных медиа, среди которых анимационные форматы занимают особое место. Анимация, будучи изначально развлекательным жанром, сегодня активно применяется в образовании, науке и корпоративных коммуникациях благодаря своей способности упрощать сложные концепции, вызывать эмоциональный отклик и удерживать внимание. Это создает предпосылки для ее интеграции в профориентационную практику.

С психологической точки зрения, анимация обладает высоким потенциалом для мотивации. Она обращается к эмоциональной сфере через движение, художественные образы, музыку и сюжет. Как отмечает Д.А. Леонтьев, мотивация является центральным звеном в процессе профессионального самоопределения. Анимационные истории о профессиональных успехах и преодолении трудностей могут формировать позитивные эмоциональные установки по отношению к трудовой деятельности. Они создают эффект присутствия и позволяют слушателю отождествить себя с героем-профессионалом, что является значительным преимуществом перед лекционным форматом, где достичь подобного уровня вовлеченности гораздо сложнее [3, С. 203-219]. Анимированные персонажи и сюжетные линии обладают значительным потенциалом для глубокого воздействия на формирование наших социальных и культурных ценностей. В целом, анимация различными способами формирует наши убеждения, отношения и поведение [4, С. 30]. Визуальный стиль является одним из наиболее действенных инструментов в арсенале анимации. От особенностей прорисовки и концепции персонажей до общей цветовой гаммы произведения, эти эстетические компоненты способны существенно формировать наше восприятие. [8, С. 35].

Цель данной работы – на основе семиотического анализа трех анимационных фильмов исследовать и подтвердить потенциал анимации как мощного визуального средства, способного способствовать повышению осведомленности о проблемах профессионального самоопределения и наглядно отображать пути их решения.

Основными задачами статьи является:

- Выявить ключевые смысловые и содержательные аспекты, посредством которых в данных анимационных произведениях представлена проблема выбора профессии и связанные с ней конфликтные ситуации.

- Систематизировать и охарактеризовать художественно-выразительные средства (например, динамика движения персонажей, цветовая гамма, композиционное построение), используемые авторами для формирования у зрителя представлений о возможных стратегиях решения проблемы профессионального самоопределения.

- На основе проведенного анализа определить, каким образом анимационная форма (в отличие от традиционных текстовых форматов) позволяет более полно раскрыть тему выбора профессии и предложить зрителю эффективную модель её разрешения.

Актуальность исследования продиктована острой потребностью в модернизации профориентационных стратегий, чтобы они отвечали вызовам цифровой эпохи и психологическим особенностям современной молодежи.

Изложение основного материала. «Кем быть?» – советский рисованный мультфильм, созданный на киностудии «Союзмультфильм» в 1948 году по одноимённому стихотворению Владимира Маяковского. Режиссёром мультфильма выступил советский мультипликатор, мастер рисованной мультипликации, сценарист Дмитрий Наумович Бабиченко. Главными героями мультфильма являются брат и сестра Кнопочкины, которые рассуждают о выборе будущей профессии. Они выясняют, какая из профессий является самой важной и нужной. В итоге дети приходят к выводу о том, что каждая профессия хороша по-своему, и если какой-то из них не будет, то не будет ни

прогресса, ни здоровья, ни хорошей жизни в будущем. Центральной идеей и смыслом мультфильма было акцентирование внимания на уважении к труду и необходимости каждого профессионального выбора. Через яркие и понятные образы, а также поэтическую форму, фильм показывает, что нет «важных» или «неважных» профессий – все они равноправно служат людям.



**Рисунок 1. Кадр из мультфильма «Кем быть?»
(реж. Бабиченко Д.Н., Союзмультфильм, 1948)**

В основе сюжета мультфильма лежит стихотворение Владимира Маяковского «Кем быть?». Впервые данное произведение было представлено на празднике, посвящённом детским книгам. Стихотворение построено как детский рассказ, где малыш размышляет о том, какие бывают профессии и почему они важны. Автор шаг за шагом показывает разные виды работы и подводит к тому, что любую честную работу нужно уважать. Мультфильм соответствует этому первоисточнику, сохраняя центральную идею прославления труда и равного отношения ко всем профессиям. Экранизация визуализирует стихотворный ряд, обогащая его образностью и наглядными сценами, но не изменяя основного посыла произведения.

Мультфильм «Кем быть?» был создан с применением традиционной рисованной анимации. Этот классический метод, основанный на покадровой съёмке нарисованных кадров. До того, как мир окунулся в цифровую эпоху, анимация создавалась на бумаге. Художники вручную прорабатывали окружение и персонажей. Фоновые изображения, являвшиеся фиксированной основой, отличались высокой детализацией и реалистичным освещением. Персонажи же создавались на специальных прозрачных листах, которые затем аккуратно совмещались с фоном для получения каждого отдельного кадра. Особого внимания заслуживает художественное воплощение персонажей. В мультфильме «Кем быть?» движения героев нарочито плавные и напоминают театральные постановки. Сами же представители различных профессий изображены в разгар своей деятельности: врачи сосредоточенно заботятся о пациенте, а пилот уверенно управляет самолетом. Советские мультфильмы пользуются заслуженным уважением среди поклонников анимации по всему миру. Советские аниматоры достигли выдающегося мастерства, используя в среднем от 12 до 24 рисунков на секунду, что значительно превосходило стандартные 5 рисунков в секунду, принятые в других странах. Благодаря высокой частоте смены кадров, советские аниматоры смогли создать ощущение полного погружения в рабочий процесс. Для юных зрителей 1940-х годов это стало уникальной возможностью заглянуть в мир взрослых профессий, который в реальной жизни был им недоступен.

Мультфильм нарисован в реалистичной манере. Все элементы и детали хорошо читаются и легко узнаваемы. Образы в мультфильме простые и понятные: врач – белый халат и чепчик, столяр – показана работа с деревом и инструменты, рабочий завода – форма, станки, здание завода, лётчик – управляет самолётом и так далее (см. Рис. 1)

Интересным элементом анимации являются переходы между профессиями. Они изображены в виде детских рисунков в альбоме, которые перелистываются, рассказывая нам о разных профессиях. Такой элемент очень эффективно сработает на детскую аудиторию. Пластика персонажей, в сочетании с нарративным приёмом «перелистывания альбома», способствует формированию у ребёнка ощущения психологической безопасности. Это, в свою очередь, эффективно снижает уровень тревожности, связанной с неопределённостью и предвкушением будущих событий. Мультфильм нарисован в яркой разноцветной гамме, приглушённого теплого оттенка. Такое цветовое решение располагает к себе и привлекает ребёнка к просмотру анимации. Музыкальное сопровождение динамичное и позитивное, что так же располагает к себе зрителя и помогает погрузиться в атмосферу каждой профессии.

Мультсериал «Навигатум: Калейдоскоп Профессий» – профориентационный сериал, направленный на детей для младших, средних и старших классов. Проект создан и работает на базе кинокомпании «Парамульт».



Рисунок 2. Кадр из мультсериала «Навигатум: Калейдоскоп Профессий», серия «Металлургический завод» (Парамульт, 2010)

В отличие от произведений «Кем быть?» и «Зверополис», данный мультсериал создавался как специализированный педагогический инструмент, реализующий системный подход к профессиональному самоопределению.

Цель мультсериала – помочь школьникам сделать осознанный выбор будущей профессии. Проект стремится переориентировать их с выбора «модных» профессий на те, что действительно востребованы, соответствуют их личным возможностям, склонностям и устремлениям. Путь школьника будет выстроен от первого любопытства к глубокому вовлечению, целенаправленному выбору и дальнейшему сопровождению. Важной частью проекта станет обучение школьников пониманию необходимых компетенций и профессиональных качеств, а также разработка инструментов для их сопоставления с личными характеристиками.

Каждая серия построена по единому шаблону, охватывая ключевые аспекты: представление специалиста и его рабочей среды, детальный анализ выполняемых задач, перечень необходимых личностных и профессиональных компетенций, сведения об образовательных учреждениях, данные о востребованности на рынке труда и потенциальных путях карьерного роста. Такая систематизация трансформирует просмотр из формы досуга в целенаправленный процесс профессионального анализа.

Мультфильм выполнен с помощью современных компьютерных технологий, но при этом является 2D рисованной анимацией. Следует подчеркнуть, что выбранный стиль анимации намеренно упрощен и минималистичен, отличаясь от эстетики полнометражных анимационных фильмов. Это не обусловлено техническими ограничениями, а является целенаправленным дидактическим подходом. Сокращение фоновых деталей и второстепенных визуальных элементов призвано обеспечить

максимальную концентрацию когнитивного внимания учащегося на представленном трудовом процессе и ключевых профессиональных действиях.

Главными действующими лицами сериала являются братья Дотошкины: Димка, 13-летний подросток с характерными для его возраста чертами, и его старший брат Алексей. Выбор этих персонажей не случаен и имеет глубокий психолого-педагогический смысл. Димка озвучивает те самые «неудобные», но актуальные вопросы (например, о зарплате или престиже профессии), которые волнуют многих школьников, но которые они часто стесняются задать. По мере того, как Димка получает искренние ответы, зритель как бы «проживает» эти ситуации вместе с ним, что эффективно устраняет психологические барьеры и способствует созданию атмосферы доверительного диалога.

На примере серии «Металлургический завод» можно увидеть, как через визуальные знаки и символы анимация транслирует зрителю информацию о профессиональной сфере (см. Рис. 2). Анимация «Навигатума» предлагает заглянуть внутрь процессов, недоступных для непосредственного наблюдения. Так в мультсериале доменная печь показывается в разрезе — зритель видит движение шихты, плавление руды, выпуск чугуна. В реальности эти процессы скрыты за кожухом агрегата, анимация же создает знаковую модель внутреннего устройства. Для визуального разграничения производственных этапов в серии используется контрастная цветовая схема. Яркие оранжево-красные цвета, ассоциирующиеся с процессом плавки металла, сменяются более спокойными серо-синими оттенками в зонах прокатки и служебных помещениях. Это цветовое кодирование выполняет функцию навигации, помогая зрителю интуитивно различать этапы производственного цикла и связанные с ними профессии. Движения персонажей несут в себе смысловую нагрузку. Металлурги двигаются четко и выверено, демонстрируя профессиональные навыки: отслеживание параметров, управление машинами и использование инструментов. Этот реалистичный подход, далекий от гиперболизации развлекательной анимации, создает эффект обучающего материала, где каждое действие можно внимательно изучить и усвоить. Одно из ключевых преимуществ сериала — демонстрация взаимосвязи профессий. В серии «Металлургический завод» зритель видит, как работа сталевара связана с трудом вальцовщика, резчика заготовок, машиниста крана, сварщика труб. Формируется целостное представление о профессиональных кластерах, где одна специальность становится естественным продолжением другой. Это важнейший навык для современного человека: понимать не только содержание конкретной профессии, но и ее место в технологической цепочке и на рынке труда.

Этот мультсериал убедительно доказывает, что анимационный формат эффективен не только для постановки проблемы выбора профессии, но и для ее практического решения через формирование у зрителя целостной картины профессионального мира и понимания логики профессиональных связей.

«Зверополис» — мультфильм созданный Walt Disney Animation Studios в 2016 году. Слоган фильма: «Добро пожаловать в городские джунгли». Режиссёрами картины выступили Байрон Ховард и Рич Мур, сорежиссёр Джаред Буш. В фильме показан Зверополис — современный город, в котором живут различные животные, от самых маленьких до больших. По сюжету в город приезжает крольчиха Джуди Хопс, всю жизнь мечтавшая стать полицейским. Главная героиня старается максимально проявить себя, берётся за сложное нераскрытое дело и пытается найти разгадку на него.

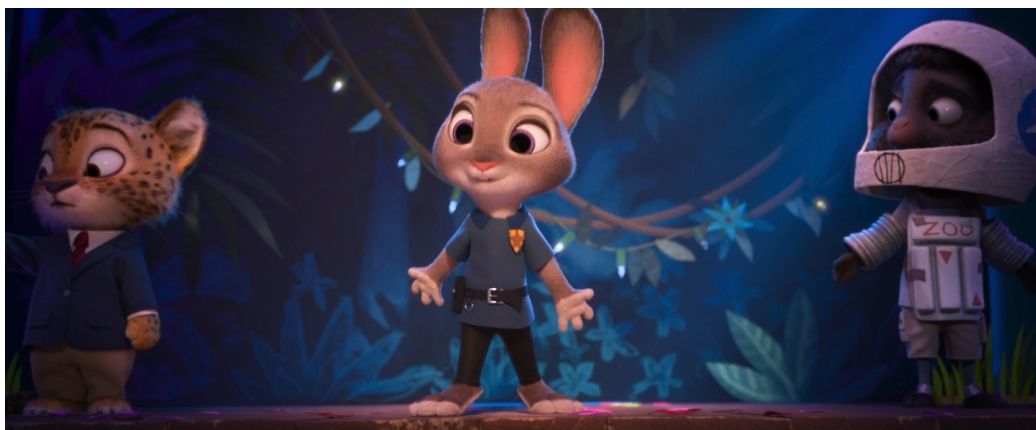


Рисунок 3. Кадр из мультфильма «Зверополис», Walt Disney Pictures, 2016

В мультфильме раскрывается большое количество различных социальных тем, таких как: толерантность, предрассудки в обществе, дискриминация, власть. Но помимо таких глобальных проблем, так же раскрывается тема выбора будущей профессии. В то время как «Кем быть?» акцентирует внимание на героизации труда при решении вопроса о выборе профессии, а «Навигатум» задействует анимацию для систематического дидактического просвещения, «Зверополис» прибегает к комплексной нарративной структуре и многогранной художественной выразительности для демонстрации социальных и психологических препятствий, с которыми сталкивается индивид на пути профессионального самоопределения. В начале мультфильма мы видим сценку, где дети рассказывают о том, что сейчас, в современном мире они могут выбрать кем стать, будь то полицейский или офисный работник. Очень хорошо данную позицию показывает фраза крольчихи: «каждый может стать тем, кем мечтает». Данный эпизод служит основой для формирования семиотической системы всего произведения, раскрывая, каким образом анимация визуально отображает дилемму профессионального самоопределения и способы ее разрешения (см. Рис. 3).

Сцена спектакля выстроена по канонам классического школьного представления, однако она несет в себе глубокий символический смысл. Действие разворачивается на импровизированной площадке, залитой разноцветным светом прожекторов. Это цветовое решение выполняет ряд важных функций. Первая – акцентирование важности момента. Яркие лучи света выделяют исключительность происходящего – юная крольчиха впервые публично озвучивает свою профессиональную мечту. Вторая функция – создание эмоционального контраста. Насыщенное освещение сцены резко контрастирует с полумраком зрительного зала, где собрались скептически настроенные взрослые. Это визуально воплощает конфликт между мечтой (светом) и реальностью (тенью), который станет ключевой темой фильма.

Маленькая Джуди изображена через контраст между её физическими данными и внутренним зарядом. Несмотря на то, что она самая миниатюрная персона на сцене, её движения полны энергии и решимости, а жесты открыты и направлены вперёд. Пластика Джуди сочетает в себе «кроличьи» особенности (прыжки, резкие повороты головы, настороженно поднятые уши;) и человеческие жесты уверенности (расправленные плечи, указание на зал, гордая осанка) Такое сочетание животного и человеческого в образе служит визуальной метафорой: чтобы успешно реализовать своё призвание, нужно сохранить свою природную сущность (видовые характеристики), одновременно усваивая социальные роли (например, профессию полицейского).

Фраза, произнесенная маленькой Джуди со сцены, является не только смысловым центром данного эпизода, но и ключевым посланием всего фильма. В контексте профориентационной проблематики этот тезис приобретает особое значение: он формулирует идею равных возможностей независимо от исходных данных (размер, вид, происхождение). Тем не менее авторы не оставляют эту идею без критической проверки. Последующий сюжет развивается так, что сначала кажется, будто тезис о равенстве невозможен, но затем он подтверждается через преодоление трудностей. Как отмечают исследователи, «фильм демонстрирует, что Джуди усерднее всех трудится в полицейской

академии». Анимация в этом случае помогает показать процесс не словесно, а визуально – через монтаж тренировок, прохождение полосы препятствий и работу над ошибками.

Анимационный фильм «Зверополис» предоставляет гораздо более мощные и разнообразные инструменты для профориентации, чем традиционные текстовые источники. Он позволяет зрителю глубоко эмоционально погрузиться в историю Джуди, переживая вместе с ней все этапы пути от мечты до успеха, что невозможно достичь с помощью анкет или лекций. Фильм наглядно демонстрирует абстрактные препятствия, такие как предрассудки и стереотипы, через образы персонажей и детали окружения. Кроме того, он визуализирует эффективные стратегии преодоления трудностей, показывая, как Джуди упорно трудится, ищет нестандартные подходы и учится на своих ошибках, вместо того чтобы просто давать советы. Наконец, «Зверополис» предлагает безопасную среду для проживания страха перед ошибками, позволяя подросткам увидеть и пережить неудачи Джуди, тем самым снижая их собственную тревожность перед будущим профессиональным выбором.

Выводы. На основе анализа трех анимационных фильмов можно утверждать, что анимация – это отличный визуальный способ привлечь внимание к вопросу выбора профессии и помочь в его решении. Исследование выявило, что каждый из проектов решает данную задачу посредством уникальных художественных средств. В отличие от текста, анимация вызывает эмоции, создает эффект погружения и позволяет безопасно моделировать преодоление трудностей. Таким образом, анимация не только освещает проблему выбора пути, но и предлагает зрителю готовые решения, что делает ее ценным инструментом для профориентации.

Список литературы:

1. Батенькина, О.В. Технологии анимации / О.В. Батенькина. – Омск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Омский государственный технический университет», 2015. – 116 с.
2. Буянова, М.В. Педагогическая анимация как средство профессиональной ориентации старшеклассников / М.В. Буянова // Вестник педагогических инноваций. – 2018. – № 2 (50). – С. 39-45. – URL: <https://arrival.nspu.ru/bitstream/nspu/2337/1/pedagogicheskaya-animaciya-kak-s.pdf> (дата обращения: 12.03.2026)
3. Леонтьев, Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности / А.Д. Леонтьев. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва: Смысл, 2019. – 584 с. – URL: <https://www.universalinternetlibrary.ru/book/43788/ogl.shtml?ysclid=mjbemaq2ud601377026> (дата обращения: 25.02.2026)
4. Хитрук, Ф.С. Профессия Аниматор. Том 1 / Ф.С. Хитрук. – М.: Гаятри, 2007. – 304 с.
5. Walt, S. Drawn to Life – 20 Golden Years of Disney Master Classes – Walt Stanchfield / S. Walt. – США: Taylor & Francis, 2009. – 354 p.

АРТ-ГАЛЕРЕЯ «ТАЛАНТ» КАК ПРОСТРАНСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ КРЫМСКИХ ХУДОЖНИКОВ

Захарова Анна Вадимовна,

кандидат культурологии, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Мубаракшина Анелия Ильдаровна,

студентка 4 курса направления подготовки «Культурология»

Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение высшего образования

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

Аннотация. В статье рассматривается деятельность арт-галереи «Талант», основанной в 2022 году в Республике Крым. В рамках исследования применяется авторский опросник, ответы на который помогают раскрыть особенности функционирования художественной галереи. Автор использует один из наиболее востребованных методов качественного исследования – глубинное интервью. Полученные результаты раскрывают миссию, цель, актуальные проблемы, с которыми сталкивается картинная галерея в современных реалиях, а также другие значимые аспекты. В работе предлагаются возможные пути решения вызовов с целью улучшения положения арт-пространства на территории Крымского полуострова. Также рассматриваются определения и истоки термина «галерея». Кроме того, приводятся характерные черты, классификация и основные функции, предложенные исследователями в данной области.

Ключевые слова: художественная галерея, функции, Республика Крым, крымские художники, искусство.

Annotation. The article examines the activities of the Talent art gallery, founded in 2022 in the Republic of Crimea. As part of the research, an author's questionnaire is used, the answers to which help to reveal the specifics of the functioning of the art gallery. The author uses one of the most demanded methods of qualitative research – in-depth interview. The results obtained reveal the mission, purpose, current problems faced by the art gallery in modern realities, as well as other significant aspects. The paper suggests possible ways to address challenges in order to improve the situation of the art space on the territory of the Crimean Peninsula. The definitions and origins of the term "gallery" are also discussed. In addition, the characteristic features, classification and main functions proposed by researchers in this field are given.

Key words: art gallery, functions, Republic of Crimea, Crimean artists, art.

Постановка проблемы. На территории Крымского полуострова действует множество культурных центров, активно продвигающих и популяризирующих произведения искусства как среди жителей региона, так и среди туристов. В городах республики мы можем встретить музеи, дома культуры, художественные салоны и прочие организации, знакомящие посетителей с произведениями искусства, способствующие эстетическому развитию и формированию культурных ценностей. Отметим, что в Крыму функционируют не только государственные некоммерческие учреждения культуры, но и частные коммерческие организации, специализирующиеся на продаже произведений искусства. Особое место среди них занимают частные художественные галереи, которые формируют культурный ландшафт города и играют значительную роль в формировании арт-рынка. Однако некоторые институции остаются малоизвестными широкой публике по ряду причин: неблагоприятное местоположение, ограниченные финансовые ресурсы для продвижения, недавнее открытие, недостаточное взаимодействие с обществом. Одним из таких арт-пространств является художественная

галерея «Талант», популяризирующая крымское искусство, но не получившая на данный момент широкой известности среди жителей региона.

Изложение основного материала. На сегодняшний день существует множество определений понятия «галерея». В словаре художественных терминов галерея определяется, как «государственное, общественное или частное предприятие, постоянно занимающееся экспонированием, хранением, изучением и пропагандой искусства», с возможностью осуществления коммерческой деятельности [1]. В иллюстрированном энциклопедическом словаре предлагается более расширенное определение понятия – «художественный музей, в котором экспонируются (исключительно или преимущественно) произведения живописи (картины). Также раздел в крупных музеях и залы дворцов, предназначенные для собрания картин. Древнее название – пинакотека» [2]. Если мы обратимся к истокам термина, то придем к тому, что этимология слова «галерея» остается неясной. Так, например, доктор философских наук Николай Суворов отмечает, что в классической латыни такого термина не существует, а появляется понятие только в X в. в вульгарной латыни «galleria», обозначая «портал церкви» в Риме. Также исследователь проводит аналогию и с греческим «gale», обозначавшим вид портика. В начале XIV века слово «galeria» появляется во французских документах, предположительно имея отношение к старофранцузскому «galier» – веселиться, радоваться, однако достоверно неизвестно, использовалась ли галерея для таких целей. Существует также предположение, что во дворцах патрициев в открытых галереях в эпоху Возрождения выставлялись «античные статуи и фрагменты резных мраморных построек» [3, С. 37], что, скорее всего, и послужило прообразом современных галерей.

В ходе исследования мы также обратились к характерным чертам галереи, которые выделил известный французский культуролог Абрам Мольт в книге «Социодинамика культуры»: объединение функции производства и продажи; реализация нематериальных инвестиций (произведений искусства); влияние на узкий рынок через продажу произведений искусства; обеспечение оборота производимых предметов культуры и их проникновение на рынок [4].

Кроме того, мы рассмотрели классификацию галерей и их функции, предложенные исследователями в данной области. Так ряд специалистов подразделяет галереи на:

- галерея-магазин (салон) – направлена на коммерческую деятельность, реализацию работ художников;
- галерея-выставочный зал – ориентирована на культурные проекты, продвижение искусства;
- галерея-клуб – направлена на просвещение публики, организуя выставки, лекции, экскурсии;
- «рациональная» галерея – представляет собой интегративное образование, т.е. включает в себя все данные функции [5].

В качестве основных функций художественной галереи профессиональный галерист Николай Суворов выделяет следующие: хранение и репрезентация произведений художника, коммерческую, просветительскую, коммуникативную, экспертную и прогностическую [3]. Другие исследователи в данной области, среди прочих функций, выделяют коллекционную, рекламную функции, а также анализ и популяризацию искусства [6]. Кроме того, следует учитывать, что галерея может не только экспонировать произведения искусства, но и реализовывать дополнительные формы деятельности, направленные на популяризацию и привлечение потенциальных клиентов: уличные выставки, круглые столы, вебинары с художниками, арт-туризм, мастер-классы и другие мероприятия [5].

Примечательно, что частная картинная галерея – сравнительно новое явление постсоветской культуры, которая в наши дни стремительно развивается как на территории России, так и за ее пределами. Крым не является исключением: с начала XXI века на территории полуострова начали открываться коммерчески ориентированные художественные пространства, среди которых – галерея современного искусства «Талант» в Симферополе, галерея «Арт Бульвар» в Ялте, «Полотно» в Севастополе и

многие другие, пропагандирующие и популяризирующие как актуальное современное искусство, так и классическое искусство мастеров прошлого.

В рамках исследования мы проанализировали деятельность менее известного культурного центра на сегодняшний день – арт-галерею «Талант», осуществляющей свою деятельность с 2022 года. Это частная художественная галерея, которая знакомит жителей города с актуальным крымским изобразительным искусством и располагается в Симферополе. Мы составили авторский опросник, ответы на который помогли раскрыть деятельность арт-пространства: особенности, цель, миссию, проблемы и другие значимые аспекты функционирования. В ходе исследования было выявлено, что особенность галереи заключается в фокусе на крымских художниках. Основатель галереи сознательно выбрал узкое, но глубокое направление, чтобы донести до зрителя красоту и силу крымской художественной школы. Стоит отметить, что картинная галерея «Талант» осуществляет не только продажу произведений искусства, но и проводит экскурсии по экспозиции. По словам сотрудника галереи, арт-пространство было основано с искренней любовью к искусству и глубоким уважением к крымской художественной школе, а название художественной организации было выбрано не случайно, поскольку именно оно является отражением главной ценности частной институции – стремлением раскрыть и представить публике подлинный талант крымских художников, чьи работы заслуживают самого широкого признания. Цель создания галереи – познакомить широкую аудиторию с уникальным художественным наследием Крыма, миссия – поддержка, продвижение и популяризация творчества крымских мастеров, а также формирование культурного моста между зрителем и художником.

В арт-галерее «Талант» экспонируются произведения искусства исключительно крымских художников. Это связано с тем, что учреждение акцентирует внимание на региональной художественной традиции и в настоящее время не сотрудничает с авторами из других регионов России. В галерее представлены произведения следующих крымских мастеров: Р.Э. Усеинова, Л.В. Поляковой, Ф.З. Захарова, А.П. Олейника, Я.А. Басова, Н.Ф. Якубова, П.К. Столяренко, И.П. Копаненко, В.Н. Волкова, Л.С. Герасимова, В.Д. Бернадского, О.П. Каленчука, С.К. Ярового, В.П. Цветковой, В.И. Толочко, Е.В. Смирнова и др. Основное направление экспозиции – «крымский импрессионизм», отражающий особое восприятие света, цвета и природы Крыма. Как отмечает менеджер, работы крымских художников полны лиризма, свободы и теплоты, что делает их особенно близкими и живыми для зрителя.

Говоря о частной художественной галерее, осуществляющей коммерческую деятельность, необходимо упомянуть о покупателях произведений искусства. По словам сотрудника, картины приобретают как местные ценители искусства, так и гости полуострова. Более того, многие из них становятся постоянными клиентами, возвращаясь за новым вдохновением. Среди жанров особой популярностью пользуются пейзажи Крыма, передающие уникальную природную красоту полуострова.

Обратим внимание и на то, что сотрудники галереи занимаются продвижением, используя социальные сети и интернет-сервис для размещения объявлений – Авито. Менеджер подчеркивает важную роль «сарафанного радио» – рекомендаций довольных клиентов, которые способствуют привлечению новых покупателей. Однако, как и любая организация, галерея сталкивается с рядом вызовов в современном арт-рынке. Среди основных трудностей – ограниченные ресурсы для продвижения художников, снижение интереса к живописи на фоне цифровизации культуры, а также необходимость адаптации к быстро меняющимся условиям рынка. Для расширения аудитории, продвижения работ художников и повышения узнаваемости среди других частных институций галерее следует создать официальный сайт, активнее развивать социальные сети и использовать современные маркетинговые стратегии. А проведение разнообразных культурных мероприятий, таких как лекции, мастер-классы, выставки и прочие активности, может значительно повысить интерес к живописи. Для эффективного реагирования на стремительные изменения в современных реалиях галерее необходимо разработать гибкую стратегию развития, включающую регулярный анализ актуальных тенденций, отслеживание интересов аудитории и готовность внедрять новые форматы деятельности.

Выводы. Таким образом, галерея «Талант» является одной из современных институций, специализирующихся на экспонировании и продаже произведений

искусства. Уникальность художественной галереи заключается в том, что организация представляет исключительно работы крымских художников, способствуя популяризации регионального искусства. Несмотря на существующие трудности, галерея уверена в своих возможностях и в значимости искусства, которое она представляет. Правильно выстроенная стратегия реагирования, активное развитие социальных сетей, организация культурных мероприятий, использование маркетинговых стратегий только позволит усилить ее позиции в современном арт-рынке.

Список литературы:

1. Artonline.ru: сайт. – URL: <https://artonline.org.il/glossary/?letter=%D0%93#126> (дата обращения: 21.02.2026)
2. SLOVARonline: сайт – URL: <https://lxl.su/eYEF> (дата обращения: 21.02.2026)
3. Суворов, Н.Н. Галерейное дело. Обращение произведений искусства / Н.Н. Суворов – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2015. – № 3. – 288 с.
4. Моль, А. Социодинамика культуры / А. Моль; пер. с фр., предисл. Б.В. Бирюкова. – Москва: ЛКИ, 2008. – 416 с.
5. Тучина, О.Р. Художественные галереи в культурном пространстве современного города (на материале исследования галерей Краснодара) / О.Р. Тучина, А.В. Шатохина // Культурный код. – 2024. – С. 22-36
6. Черняева, И.В. Просветительская деятельность художественных галерей Западной Сибири в условиях современного арт-рынка / И.В. Черняева // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2012. – № 1 (5). – С. 80-84

УДК 09

**АНТИЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ В РЕДКОМ ФОНДЕ
НАУЧНОЙ БИБЛИОТЕКИ ГОСУДАРСТВЕННОГО МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА
«ХЕРСОНЕС ТАВРИЧЕСКИЙ»**

Иконникова Екатерина Сергеевна,
библиограф сектора научной библиотеки
Государственный историко-археологический
музей-заповедник «Херсонес Таврический» (г. Севастополь)

Аннотация. Статья посвящена книгам на иностранных языках из редкого фонда научной библиотеки Государственного музея-заповедника «Херсонес Таврический», относящимся к периоду античности. Проанализирована коллекция, выполнен перевод названий книг с латинского, греческого и других европейских языков, проведена систематизация изданий по авторам. Книги часто являются единственными сохранившимися источниками информации о конкретных событиях, личностях или культурных тенденциях. Они могут помочь учёным в понимании исторического контекста и эволюции обществ. Фонды редких книг и книжные памятники занимают особое место в структуре музейных библиотек. Они представляют собой не только историческую ценность, но и служат важным компонентом культурного наследия, отражающим дух времени, эстетические и философские идеалы соответствующей эпохи. Их сохранение и доступность имеют огромное значение для исследователей, студентов и широкой аудитории.

Ключевые слова: музей-заповедник, Херсонес Таврический, научная библиотека, античные авторы, редкий фонд, книжное собрание.

Annotation. This article focuses on books in different foreign languages from the rare collection of the scientific library of the State Museum-Preserve «Tauric Chersonese», dating back to the classical period. The collection is analyzed, authors and book titles are systematized and translated from Latin, Greek, and other European languages. Books are often the only survived source of information about specific events, personalities, or cultural trends. They can help scholars to understand the historical context and evolution of societies. Rare collections and monumental books occupy a unique place in the structure of museum libraries. They not

only represent historical value but also serve as an important component of cultural heritage, reflecting the spirit of the times and the aesthetic and philosophical ideals of the era. Their preservation and accessibility are of paramount importance to researchers, students, and the general public.

Key words: Museum-Preserve, Tauric Chersonese, scientific library, classical authors, rare collection, book collection.

Постановка проблемы. Одной из характерных черт духовного развития общества на рубеже XX-XXI вв. является взаимопроникновение музейного и библиотечного институтов. Музей и библиотека имеют свою специфику, выражающуюся в составе и методике работы с книжными фондами. В библиотечной сфере книга – это инструмент познания, а в музейной сфере – это еще и памятник культуры, предмет музейного показа. Особенно это касается редких книг. Актуальность исследования истории изучения редких книжных собраний музеев и библиотек обусловлена, прежде всего, их ценностью, как особого явления культуры. Коллекции редких книг, хранящиеся в фондах краеведческих, художественных музеев и библиотеках, отражают экономическое, социальное и культурное развитие региона в определенный исторический период. Поэтому, вполне закономерен интерес к редким книгам, как историческим памятникам, сохранившим мудрость предыдущих поколений. Научная значимость данной темы обусловлена актуализацией проблемы сохранения и изучения редкой книги, как уникального исторического источника и исторического памятника. Историография по данному вопросу насчитывает несколько десятков работ как обобщающего, так и специального характера [1, 2, 3, 4].

Значение фонда редких книг и книжных памятников в современной музейной библиотеке.

Библиотека при Херсонесском музее появилась благодаря Карлу Казимировичу Косцюшко-Валюжиничу, основателю музея и первому руководителю раскопок на территории древнего города. Он считал совершенно необходимым собирание книг по археологии, истории, искусству и другим смежным дисциплинам, как на русском, так и на древних и европейских языках. История создания библиотеки восходит к 1893 году, когда Карл Казимирович Косцюшко-Валюжинич пишет в Императорскую Археологическую Комиссию (далее – ИАК) письмо, в котором извещает о «библиотеке при Херсонесском музее» [5, С. 24-25, 2, С. 14-18].

Комплектование библиотеки при музее щедро субсидировалось. Музеем адресовались все собственные издания ИАК: «Отчёты Императорской Археологической комиссии, а с 1900 года – «Известия Императорской Археологической комиссии», «Материалы по археологии России». Периодические и продолжающиеся издания различных отечественных и зарубежных археологических, нумизматических, географических обществ также адресовались библиотеке Херсонесского музея [9, С. 118].

Традиция профессиональных связей с исследователями античной истории практически не прерывалась. Библиотека пополнялась также за счёт дарений; свои книги присылали видные учёные, историки, филологи: Алексей Орешников, Василий Модестов, Фаддей Зелинский, Сергей Чижов, Юлиан Кулаковский и многие другие. Память об этом хранят дарственные надписи исследователей, оставленные в презентованных книжках.

История формирования музейной библиотеки прослеживается по архивным документам – материалам переписки, финансовым документам, фотографиям. Немаловажно, что практически все книги сохранились в своих оригинальных переплётах.

В официальной переписке К.К. Косцюшко-Валюжинича с ИАК, научными сообществами и отдельными учеными упоминаются подаренные музейной библиотеке книги [9, С. 117].

В настоящее время научная библиотека насчитывает свыше 40 000 единиц хранения. Собрание редкого фонда составляют порядка 10 000 книг. Это ценные издания XVI-XIX вв., часть из них имеют признаки книжных памятников. Многие из них имеют владельческие знаки, дарственные надписи на разных языках, а также штампы европейских библиотек. Это книги на латыни, греческом, немецком, французском, английском, итальянском языках, изданные в Лондоне, Берлине, Лейпциге, Дрездене,

Париже, Риме и других европейских городах. Многие из них были переданы из библиотек Санкт-Петербурга, библиотеки Императорского историко-филологического института. Также в коллекции книг античных авторов хранятся книги из частных собраний: к примеру, на шмуцтитуле одной из них экслибрис: «Библиотека Е.В. Принцессы Елены Георгиевны Саксен Альтенбургской». Это книга Nikolaou tou Damaskēnou. Николас Дамасский. Путь Цезаря, изданная в 1850 году на греческом и французском языках [14].

В данной работе мы подробнее остановимся на коллекции античных авторов на иностранных языках – это особая группа источников для исследователей Херсонеса, который в конце XIX века был слабо изучен археологически, и именно нарративные источники представляли огромный интерес.

T. Livii Patavini. Historiarum libri qui supersunt omnes. Cum integris. Joannis Freinsheimii [Тито Ливи Патавини. История. Полное собрание сочинений]. Автор: Иоганн Фрейнсхайм, издана в Лейпциге в 1785, уже после смерти ученого. На титульном листе запись чернилами на латыни. На корешке наклеен ярлык библиотеки: «BIBLIOTHECAE Romano-Catholicae eclesiasticae academiae petropolitanae» – Библиотека Римско-католической духовной академии Petropolitanae (Санкт-Петербург).

Другое интересное, с научной точки зрения издание – это «Commentar uber die Commentarien des Cafar» [Комментарии о Кефарском конфликте, к воспоминаниям генерала-майора Джакома Бриджит Рерфа], изданное на немецком языке в 1783 году и напечатано шрифтом Old German Text. Имеет признаки книжного памятника, на пустом листе находятся филигранные в виде короны и буквы D & Cblauw, на этом же листе автограф чернилами.

Specimen Juridicum Inaugurale – «Первый юридический образец», изданный в 1811 году, на латыни. Книга с признаками книжного памятника повествует нам о законах того периода. Издана в альбомном формате на плотной бумаге ручной работы. В настоящее время хранится в бумажном конверте и требует реставрации.

Platonis Dialogi. Secundum thrasylli tetralogias dispositi. Vol. 4. [Диалоги Платона, разделенные Трасуллы на четыре части. Том 4]. Книга издана на латыни в Лейпциге в 1877 году. На титульном листе штамп овальной формы на немецком языке «Schule Lehrerbibl» – «Школьная библиотека». Также представляют интерес, предположительно владельческие, записи чернилами на форзаце, что является отдельной темой для изучения.

Corneli Nepotis liber de excellentibus Ducibus [Корнелий Непотис. О превосходных полководцах]. Издана на латыни в Санкт-Петербурге в 1872 году. На шмуцтитуле записи пером интересны для исследователей. На титульном листе штамп «Библиотека Института Агитации им. Володарского», это говорит нам о передачах книг Херсонесскому музею из других библиотек, как российских, так и иностранных.

Также в античной коллекции встречаются экземпляры со штампами книжных магазинов. Один из примеров тому – издание на немецком языке Albert Gerhard Becker. Andokides ubersetzt und erlautert [Альберт Герхард Беккер. Андокидес перевёл и объяснил] (1832 г.). На титульном листе печать Книжного магазина А. Дейбнера (СПб., Невск. пр. № 28). Также на примере данной книги из редкого фонда можно видеть, как укрепляли надорванные страницы 100 лет назад – приклеивали кусочек карты, в данном случае, карта на латыни.

Freunds Schuler Bibliothek. Praparation zu Herodots Geschichte [Студенческая библиотека Фройнда. Подготовка к «Истории» Геродота]. На немецком языке. На обложке интересная переводная картинка с изображением танцующих на катке детей, предположительно в технике деколь. На форзаце множество штампов фамилии T. Dalbuijsen на немецком языке.

Plutarchi Operum Moraliū et Philosophicorum pars secunda [Плутарх. Нравственные и философские произведения части первая и вторая], изданное в 1797 году, также имеет признаки книжных памятников.

Мы привели лишь несколько, наиболее интересных примеров из Античной коллекции книг Научной библиотеки Херсонеса Таврического.

Античный период в литературе охватывает время с VIII века до н.э. до V века н.э. и включает в себя литературу Древней Греции и Древнего Рима. Этот период является

основополагающим для западной литературы и культуры, и его влияние ощущается до сих пор.

Наиболее известные произведения эпоса Гомера – «Илиада» и «Одиссея», эти произведения содержат мифы и легенды о героях и богах, и на языке оригинала хранятся в редком фонде научной библиотеки музея-заповедника «Херсонес Таврический».

Лирическая поэзия: Пиндар, Сапфо, Архилох. Они фокусировались на личных чувствах, любви, природе и человеческом опыте.

Драма, трагедии: Эсхил, Софокл, Еврипид. Трагедии исследуют темы судьбы, морали, человеческой природы.

Комедия: Аристофан, который использовал сатиру для обсуждения социальных и политических тем.

Философская проза: Платон и Аристотель. Их работы затрагивали темы этики, метафизики, политики и искусства, включая теорию драмы и поэзии.

Древний Рим. Эпос: Вергилий – «Энеида» – римский эпос, который осуществляет связь между мифологией Трои и основами Рима.

Лирическая поэзия: Гораций и Овидий. Их поэзия охватывает темы любви, природы и философии.

Драма: Лукиан, Плавт и Теренций, которые адаптировали греческие образцы и создали оригинальные произведения.

Проза и риторика: Цицерон, который внес значительный вклад в ораторское мастерство и философскую прозу. Его произведения о политике и морали были весьма influential.

Произведения всех выше названных авторов представлены в научной библиотеке Херсонеса Таврического, причем как на иностранных языках, так и в переводе на русский язык.

Античная литература оказала огромное влияние на последующие литературы, искусство, философию и науки. Её реалии, темы и жанры продолжали развиваться и переосмысливаться в течение веков, начиная с эпохи Ренессанса и заканчивая современностью. Знание античной литературы является важной частью гуманитарного образования, поскольку она закладывает основы для понимания многих современных культурных и литературных традиций.

Коллекция книг античных авторов в редком фонде библиотеки Херсонеса Таврического обладает высокой значимостью как с исторической, так и с культурной точек зрения. Вот несколько аспектов, которые подчеркивают её важность:

Историческая ценность: книги античных авторов содержат уникальные данные о жизни, культуре, философии и науке древних цивилизаций. Они дают возможность исследователям глубже понять социальные, политические и экономические аспекты античного мира.

Культурное наследие: Коллекция представляет собой важную часть мирового культурного наследия, позволяя изучать развитие литературы, искусства и науки в античности. Это важно для сохранения и передачи знаний будущим поколениям.

Уникальные тексты и рукописи: Редкие экземпляры могут содержать не только хорошо известные произведения, но и менее популярные тексты, которые вносят вклад в изучение менее изученных аспектов античной культуры.

Коллекция может служить основой для научных исследований, диссертаций, а также может использоваться в образовательных программах, развивая интерес к античной истории и культуре среди студентов и ученых.

Археологическое значение: Библиотека Херсонеса, как археологический объект, связана с античной историей и может дать представление о жизни в этом регионе в древности. Коллекция книг создает контекст для более глубокого понимания археологических находок.

Таким образом, коллекция книг античных авторов в редком фонде библиотеки Херсонеса Таврического является важным ресурсом для изучения и сохранения античного наследия, а также для просвещения и научной работы.

Выводы. Фонд редких книг и Книжные памятники играют неопределимую роль в музейных библиотеках, представляя собой хранилища культурной памяти и знаний. Их значение переходит границы академических исследований, охватывая вопросы

идентичности, образования и сохранения наследия. В условиях современности, имея дело с технологическими изменениями и развитием цифровых технологий, сохранение и изучение редких книг становятся важными задачами для музеев и библиотек, способствующими культурному прогрессу и образовательному развитию общества.

Список литературы:

1. Баренбаум, И.Е. История книги / И.Е. Баренбаум. – М.: «Книга», 1984. – 248 с.
2. Белов, Г.Д. Херсонес Таврический: историко-археологический очерк / Г.Д. Белов. – Ленинград: Государственный Эрмитаж, 1948. – 149 с.
3. Вивлиофика: История книги и изучение книжных памятников. – Вып. 1. – М.: «Пашков дом», 2009. – 264 с.
4. Вивлиофика: История книги и изучение книжных памятников. – Вып. 2. – М.: «Пашков дом», 2011. – 296 с.
5. Гриневич, К.Э. Сто лет Херсонесских раскопок. 1827-1927 гг. (Исторический очерк с экскурсионным планом) / К.Э. Гриневич. – Севастополь: Херсонесский музей, 1927. – 51 с.
6. Непомнящий, А.А. Музейное дело и его старатели (XIX – начало XX века): библиографическое исследование / А.А. Непомнящий. – Симферополь, 2000. – 828 с.
7. Романчук, А.И. Исследования Херсонеса-Херсона. Раскопки. Гипотезы. Проблемы: в 2 т. / А.И. Романчук. – Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2008. – Т. 1. Античный полис. – 807 с.
8. Прохорова, Т.А. «Дорога к музею...». История создания и эволюции античной экспозиции Херсонесского музея / Т.А. Прохорова // Херсонесский сборник. – Севастополь, 2019. – Вып. XX. – С. 136-156
9. Прохорова, Т.А. Роль К.К. Косцюшко-Валюжинича в формировании научной библиотеки Государственного музея-заповедника «Херсонес Таврический» / Т.А. Прохорова, Н.В. Рубаненко // Научные и технические библиотеки. – Москва, 2021. – № 7. – С. 113-127
10. Aristophanes. The comedies of Plutus and the Frogs. English prose. – Oxford, 1822. – 218 p.
11. Albert Gerhard Becker. Andokides ubersetzt und erlautert / A.G. Becker. – Quedlinburg und Leipzig, 1832. – 276 p.
12. Freunds Schuler Bibliothek. Praparation zu Herodots Geschichte. – Leipzig: Berlag bon Vilgelm Biolet, 1870. – 496 p.
13. Julius Cūfar am Rhein. Rebit Unhang. Die Germani des Tacitus. – 1870.
14. Nikolaou tou Damaskēnou. Bios Kaisaros. – Paris: Firmin Didot frères, 1850. – 490 p.
15. T. Livii Patavini. Historiarum libri qui supersunt omnes. Cum integris. Joannis Freinshemii. – Ex typographia Societatis, 1785. – 369 p.
16. Plutarchi. Opervm Moralivm et Philosophicorvm pars secvnda. – 1797.
17. Specimen Juridicum Inaugurale. – 1811.
18. Middleton, C. The Life of Marcus Tullius Cicero / C. Middleton. – London, 1810. – 302 p.
19. Titi Livi. Ab urbe condita libri. – Berlin, 1873. – 397 p.
20. Pausaniae Descriptio Graeciae. – Vol. secundum. – Lipsiae. Sumptibus et typis B.G. Teubneri, 1854.
21. Corneli Nepotis liber de excellentibus Ducibus. – 1872. – 53 p.
22. Platonis Dialogi. Secundum thrasylli tetralogias dispositi. – Vol. 4. – Lipsiae, 1877.
23. Cornelius Nepos. Eutropius. Quintilianus. – Berlin und Stuttgarr, 1855-1885.

**АЛЬБОМ С АВТОРСКИМИ ИЛЛЮСТРАЦИЯМИ КАК ИССЛЕДОВАНИЕ
ЖЕНСКОГО ОБРАЗА В КУЛЬТУРЕ США, ЕВРОПЫ И СТРАН СНГ 20 ВЕКА
(ПРОЕКТ «ОНА XX»)**

Коваленко Ирина Николаевна,

кандидат технических наук, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Немялковская Диана Владимировна,

студентка 6 курса направления подготовки «Графика»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. Статья описывает опыт разработки альбома с авторскими иллюстрациями «Она XX», посредством которых автор раскрывает тему социокультурного образа женщины в США, Европе и странах СНГ в 20 веке. Проект представляет собой визуальное историко-культурное исследование внешнего образа, телесности и роли женщины в виде печатного издания в форме альбома с авторскими иллюстрациями. Концепцией проекта является объединение авторским художественным стилем разнообразие образности и символики культур 20 века через образ женщины, что раскрывает также сложность социально-гендерных взаимоотношений. Визуальная методология основана на декоративности и поиске выразительных форм. Композицией издания автор проекта также позволяет зрителю размышлять и в определенной степени по-своему интерпретировать прошлые и настоящие роли представительниц женского пола во многих сферах жизни. Данный проект предполагает ликвидацию безграмотности общества в областях истории культуры и социально-гендерных ролей и отношений в 20 веке. Озвученные выше темы являются основополагающими для понимания культуры и социально-гендерных взаимоотношений, сложившихся в 21 веке. Также данный альбом есть предмет эстетики, который будет являться возбудителем мыслительных процессов художников и дизайнеров в области сложноструктурной, оригинальной и узнаваемой иллюстрации вне практических и технологических художественных и дизайнерских сфер.

Ключевые слова: альбом, авторская иллюстрация, образ женщины, телесность, социокультурный образ, символика, цифровая графика, композиция издания.

Annotation. The article describes the experience of developing an album with author's illustrations "She XX", through which the author reveals the theme of the socio-cultural image of women in the USA, Europe and the CIS countries in the 20th century. The project is a visual historical and cultural study of the external image, physicality and role of women in the form of a printed publication in the form of an album with original illustrations. The concept of the project is to combine the author's artistic style with a variety of imagery and symbols of 20th century cultures through the image of a woman, which also reveals the complexity of socio-gender relationships. The visual methodology is based on decorativeness and the search for expressive forms. With the composition of the publication, the author of the project also allows the viewer to reflect and, to a certain extent, interpret the past and present roles of female representatives in many areas of life in his own way. This project aims to eliminate the illiteracy of society in the fields of cultural history and socio-gender roles and relations in the 20th century. The topics outlined above are fundamental to understanding the culture and socio-gender relationships that have developed in the 21st century. This album is also a subject of aesthetics, which will be the initiator of the thought processes of artists and designers in the field of complex, original and recognizable illustrations outside the practical and technological artistic and design spheres.

Key words: album, author's illustration, image of a woman, physicality, socio-cultural image, symbolism, digital graphics, composition of the publication.

Постановка проблемы. Центральная проблема, которую поднимает и решает описываемый в данной статье проект – потеря современным поколением основополагающих знаний о культурном и социальном наследии 20 века, созданном во множестве исторических факторов, среди которых не последнюю роль играет женщина; проблемой, выделенной автором проекта, также является потеря оригинальности иллюстрации, ее сложности и эстетической функции. В данной статье будет рассмотрен вариант решения вышеописанных проблем через описание методологии авторской разработки альбома с иллюстрациями «Она XX».

Актуальностью проекта можно считать проблему недостаточного погружения человека в понимание предмета искусства из-за его направленности внимания на получения большого количества информации, исходящей из одного физического источника (гаджеты, ПК) и его отвлечения на сигналы, подаваемые гаджетами (уведомления, соблазн отвлечься на социальную сеть и т.д.). Вышеописанные особенности современного восприятия информации через гаджет создают комфорт, или, наоборот, нервную среду, которые способны «рассеять» внимание, уменьшить количество и качество воспринимаемой и запоминающейся информации. Из вышеперечисленного следует, что восприятие через гаджет художественных образов, которые должны в первую очередь вызывать ментальные, нравственные ассоциации и эмоции, находится рядом с восприятием жизненно-необходимой, бытовой и рабочей информацией. Человек при частом нахождении настолько различной информации привыкает к некачественному и спокойному восприятию художественного иллюстративного материала. Данный проект имеет цель вернуть людям различных возрастов умение полноценно воспринимать эстетические художественные образы вне цифровой среды.

Изложение основного материала. Название проекта содержит в себе два смысловых аспекта, вытекающих из визуальной составляющей «XX». Первым аспектом является порядковый номер века нашей эры, записанный латинскими цифрами. Данным аспектом названия проекта автор создал индикатор времени для объекта исследования, которым является социокультурный женский образ. Вторым аспектом названия проекта является необязательное понимание читателем/зрителем темы «женщина» как большой, важной материи; вышеупомянутое записанное латинскими цифрами число «20» также может быть прочитано как начало наименования размера одежды, например, размера «XXL», записанного латинскими буквами. Таким образом, автор альбома хотел донести до читателя/зрителя объективную информацию о том, что в 20 веке место женщины в мире имело масштаб и влияние на что-либо.

Перед началом продумывания иллюстраций для альбома, автор проекта изучил методы изображения женщины, стилистики иллюстрации и методы композиции в рамках иллюстративного материала. Одним из важных для описываемого проекта художников для автора альбома стал Роман Петрович Тыртов (1892-1990 гг.) [4]. Значительный объем художественного наследия Эрте составляют эскизы театральных костюмов и декораций, проекты ювелирных изделий, а также станковая графика и иллюстрации для периодических изданий. Особое место в биографии мастера занимает более чем двадцатилетнее сотрудничество с журналом *Harper's Bazaar* (до 1929 г. – *Harper's Bazar*). В рамках этого партнерства художник не только разрабатывал модели одежды, публикуемые на страницах издания, но и осуществлял комплексное художественное оформление журнала, уделяя первостепенное внимание дизайну обложек. Именно в сфере журнальной графики Эрте кристаллизовал свой уникальный стилистический почерк, став эталонной фигурой и задав вектор развития для представителей направления ар-деко. Из творчества вышепредставленного художника автор альбома выделил несколько принципов для формирования собственных иллюстраций [1]:

- 1) фронтальная композиция;
- 2) декоративное плоскостное решение;
- 3) плавность линий и использование орнаментов;
- 4) приглушенная цветовая палитра и включение в нее контрастных цветовых решений;
- 5) отсутствие индивидуальных черт у изображенных;
- 6) репрезентация грации и изящества;

7) зрительское ощущение загадочности и самодостаточности изображенных западных женщин.

Немаловажным художником для понимания автором проекта социокультурного женского образа середины 20 века и возможностей формальной манеры изображения его изображения также является Рене Грюо. Творческое наследие Рене Грюо характеризуется эстетикой утонченной роскоши и аристократизма, лишенной элементов кокетства, двусмысленности или вульгарности. В отличие от многих современников, художник обладал уникальной способностью передавать сложный психоэмоциональный спектр и индивидуальность персонажей посредством лаконичных выразительных средств. Его графические работы, насыщенные атмосферой гламура и преуспевания, визуализируют идеал светского общества. Художественный метод Грюо базировался на принципе максимальной стилистической редукции и лаконизме композиционных решений. Колористическая палитра мастера была сознательно ограничена: доминирующими являлись ахроматические цвета (черный и белый) и акцентный красный, изредка модулированные золотистыми оттенками; использование зеленого носило эпизодический характер. Автор проекта также выделил для себя несколько принципов создания формальной иллюстрации [6]:

- 1) преимущественно фронтальная композиция;
- 2) декоративное плоскостное решение с включением реалистичных методов изображения телесности женщины;
- 3) преобладание пятна и силуэта в композиции;
- 4) ограниченно использование цветов в единице плаката;
- 5) отсутствие индивидуальных черт у изображенных;
- 6) репрезентация грации, изящества, силы и самодостаточности «новой женщины»;
- 7) зрительское ощущение загадочности и избавление женщины 30-40-х годов 20 века от предрассудков общества по отношению к ней.

Многие принципы изображения у обоих вышепредставленных художников имеют схожесть. Однако работы плакатного характера Эрте и Грюо не являются цельной графической историей, то есть не являются продолжением друг друга. Чтобы разобраться в предмете графического цельного протяженного нарратива, автор проекта обратился к творчеству Серджо Топпи. Композиционная организация иллюстраций Топпи характеризуется созданием сложных, детализированных фреймов, лишенных традиционных геометрических границ. Контуры композиционного пространства формируются посредством интеграции антропоморфных и зооморфных элементов, а также природных мотивов (горные пейзажи, небесные сферы и прочее), что создает эффект органического слияния изображения с его обрамлением. В техническом исполнении художник придерживался бинарного подхода: либо монохромная черно-белая графика, либо сочетание четких черных контуров и штрихов. Автор проекта также стремится создать эффект долгого погружения зрителя в графический нарратив своего альбома, поэтому будет опираться на композиционные приемы Топпи в плане построения сюжета и на принципы Топпи заполнения фреймов и самих персонажей мелкой детализацией [3]. Автором альбома также были рассмотрены: направление в изобразительном искусстве «Модерн», немецкая школа искусства «Баухаус», художники Амедео Модильяни и Филипе Андраде. После изучения принципов и концепций иллюстративного изображения, автор статьи сформировал свою художественную методологию иллюстративного ряда для представляемого альбома. Отражение в иллюстрации идеи сильно изменившейся женщины 20 века (в сравнении с прошлыми столетиями и в контексте прогресса 20 века) воплощено посредством активного использования автором проекта символики, аллегоричности предметов эпох и женской телесности. Иллюстрации имеют различное расположение на страницах издания (свободно находящиеся на светлом пространстве, кадрированные, некадрированные, дополненные текстом, недополненные текстом). Такое «свободное» расположение доминанты издания – иллюстрации, имеющей сложную внутреннюю и внешнюю структуру – есть признак масштабности и глубины изучения темы, свидетельство серьезного труда автора проекта [6]. Цветовая палитра имеет характеристику «пестроты» и «периодическая приглушенность» и зависит от освещения иллюстратором конкретной

эпохи. Общим для иллюстраций также будут являться декоративность и выразительность форм, помещение нескольких фигур и сюжетов в один фрейм (рис. 2). Автор проекта использовал для создания иллюстраций растровый графический редактор «Прокриэйт», а выполнял верстку в программе «Индизайн». Помимо авторских иллюстраций в альбоме «Она XX» присутствуют подборки фотографий, которые дают более конкретное представление об эпохах 20 века и поясняют определенные элементы иллюстративного нарратива. Наряду с фотографиями автор проекта разместил текст – как сводку кратких общих и отдельно существующих в рамках региона тенденций определенного временного промежутка. Таким образом, автор создал издание эстетического и просветительского характера, имеющее 4 раздела, посвященных периодам с 1900 по 1920 гг., с 1920 по 1945 гг., с 1950 по 1989 гг., с 1990 по 1999 гг. Разделы имеют различную иллюстративную, фотографическую и текстовую насыщенность, что дает зрителю возможность отдыха в процессе просмотра издания. Конструктивно издание будет представлять собой классическую с горизонтальной ориентацией книгу в твердом переплете № 7 (рис. 1).



Рисунок 1. Мокап проекта «Она XX»



Рисунок 2. Иллюстративный разворот альбома «Она XX»

Выводы. Анализ проекта «Она XX» демонстрирует возможность отвлечь современного человека от большого информативного поля в гаджете сложноскомпонованными и яркими иллюстрациями и актуальностью темы [5]. Также

представленная концепция проекта способна восполнить знания человека об истории гендерных ролей и образа женщины в 20 веке. Альбом с авторскими иллюстрациями «Она XX» также представляет собой эстетическую ценность и стимул для мышления и работы для людей в сфере креативных специальностей.

Список литературы:

1. Archive.ru: сайт. – [б. г.]. – URL: https://artchrike.ru/publications/1424~Roman_v_iskusstve_5_bukv_iz_biografii_Erte (дата обращения: 16.03.2026)
2. Dzen.ru: сайт. – [б. г.]. – URL: <https://dzen.ru/a/Xap23dTwegCt7llx> (дата обращения: 20.03.2026)
3. Hsdesign.ru: сайт. – [б. г.]. – URL: <https://hsdesign.ru/project/b44d46ccd9324900b2dc36978c28b1bd> (дата обращения: 16.03.2026)
4. RuPousski.me: сайт. – 2018. – URL: <https://porusski.me/2018/07/27/042-erte/> (дата обращения: 18.03.2026)
5. Sky.pro: сайт. – [б. г.]. – URL: <https://sky.pro/wiki/digital-art/illyustraciya-opredelenie-i-znachenie/> (дата обращения: 16.03.2026)
6. Sky.pro: сайт. – [б. г.]. – URL: <https://sky.pro/wiki/digital-art/tipy-illyustracij-kratkij-obzor/> (дата обращения: 16.03.2026)

УДК 008:316.628

**КРЫМ КАК ТРАНЗИТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО
В КОНТЕКСТЕ ЭСКАПИЗМА И КУЛЬТУРОТВОРЧЕСТВА**

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 выявлению специфики Крыма как транзитивного пространства в контексте эскапизма и культуротворчества. Обозначены особенности Крыма как транзитивного пространства. Установлено, какие аспекты эскапизма проявляются в транзитивном пространстве Крыма. Рассмотрено культуротворчество как характеристика транзитивного пространства Крыма. Сделан вывод о том, что такие транзитивные пространства часто становятся благодатной почвой для эскапизма и культуротворчества, предоставляя отдельным людям и сообществам возможность переосмыслить себя и свое окружение.

Ключевые слова: транзитивность, лиминальность, диалог культур, эскапизм, культуротворчество, Крым.

Annotation. This article explores the specific characteristics of Crimea as a transitive space in the context of escapism and cultural creativity. The characteristics of Crimea as a transitive space are outlined. The aspects of escapism that are manifested in Crimea's transitive space are identified. Cultural creativity is examined as a characteristic of Crimea's transitive space. It is concluded that such transitive spaces often become fertile ground for escapism and cultural creativity, providing individuals and communities with the opportunity to reimagine themselves and their surroundings.

Key words: transitivity, liminality, dialogue of cultures, escapism, cultural creativity, Crimea.

Постановка проблемы. Крым издавна занимает особое место в культурном воображении Восточной Европы, Черноморского региона и всего мирового сообщества. Традиционно изображаемый как страна контрастов – между суровыми горами и залитым солнцем побережьем, между древними цивилизациями и современными политическими

реалиями – он также служил символическим рубежом. В контексте культурологии Крым можно рассматривать как транзитивное пространство, территорию, где смещаются границы, пересекаются идентичности и мигрируют нарративы. Такие транзитивные пространства часто становятся благодатной почвой для эскапизма и культуротворчества, предоставляя отдельным людям и сообществам возможность переосмыслить себя и свое окружение.

В этой статье Крым рассматривается через призму транзитивности, эскапизма и творчества в процессе исследования, как физическое перемещение, культурный обмен и стремление выйти за рамки реальности формируют идентичность полуострова. В нем также исследуется, как художники, писатели и путешественники использовали Крым в качестве холста для воображаемых переосмыслений пространства и себя.

Цель данной работы – выявление специфики Крыма как транзитивного пространства в контексте эскапизма и культуротворчества, для чего были поставлены следующие задачи: обозначить особенности Крыма как транзитивного пространства; установить, какие аспекты эскапизма проявляются в транзитивном пространстве Крыма; рассмотреть культуротворчество как характеристику транзитивного пространства Крыма.

Изложение основного материала. Крым занимает уникальное географическое и историческое положение на стыке цивилизаций, идеологий и политических сил. На протяжении веков он служил мостом между евразийскими степями и средиземноморскими культурами, между кочевыми обществами и оседлыми империями, а в последнее время – между постсоветскими национальными идентичностями и конкурирующими геополитическими интересами: «Очевидно, что в условиях усиления конфронтации на международной арене, происходит плавная переориентации части традиционных направлений культурных контактов, подмена ряда ценностных ориентиров и, генерация новых ценностей, поэтому вопросы идентичности становятся ключевыми» [7, С. 158]. Таким образом, Крым можно рассматривать как переходное пространство – территорию, где пересекаются и перестраиваются многочисленные культурные, политические и социальные влияния. Эта лиминальная характеристика определила социальную динамику, демографические преобразования, символическое значение и стратегическое значение полуострова.

Концепция переходного, или лиминального, пространства делает акцент на текущих процессах, а не на стабильных условиях. В случае Крыма границы, идентичности и властные отношения неоднократно менялись, оставляя после себя многослойные ландшафты памяти и наследия. Стратегическое расположение полуострова на Черном море в сочетании с его сложным этническим составом и противоречивой политической историей обуславливает его особый характер как переходного пространства. В статье рассматриваются основные особенности Крыма как переходной зоны с учетом исторических, культурных, геополитических и социологических аспектов.

История Крыма отмечена непрерывной сменой держав: от древних греков и римлян до Византийской империи, Крымского ханства, Османской империи, Российской империи, Советского Союза и различных постсоветских политических конфигураций. Каждая эпоха оставила свой след в культурной ткани полуострова.

Древнегреческие колонии, такие как Херсонес, способствовали раннему развитию городов и установлению дальних экономических и культурных связей. Позднее крымские порты играли важную роль в византийских и геновских торговых связях. В средневековый период полуостров служил точкой встречи христианских, исламских и тюркских влияний, особенно в период Крымского ханства, которое поддерживало дипломатические и торговые отношения как с Востоком, так и с Западом.

Крым стал ареной имперского соперничества после присоединения к Российской империи в 1783 г. Роль полуострова в Крымской войне (1853-1856) подчеркнула его стратегическое значение и продемонстрировала, насколько внешние державы воспринимали Крым как переходный пункт к более широкому региональному влиянию. В последующие десятилетия модернизация, военные укрепления и миграционная политика кардинально изменили облик региона.

В советское время Крым выполнял функции как символического, так и логистического центра: места расположения военных баз, курортного центра и

многокультурной среды, сформированной миграцией и государственной политикой. Принудительная депортация крымских татар в 1944 г. ознаменовала собой глубокий перелом в демографическом и культурном ландшафте полуострова: «Миграции оказали решающее воздействие на динамику численности населения, демографические, социально-экономические, этнические и нравственно-психологические процессы в регионе» [6, С. 204]. Постсоветские события, включая возвращение крымских татар и изменение административного устройства, еще больше укрепили переходную идентичность региона.

Одной из определяющих особенностей Крыма как переходного пространства является его культурная неоднородность. На полуострове издавна проживало множество этнических общин, включая крымских татар, русских, украинцев, армян, греков и караимов. Сосуществование этих групп привело к формированию гибридных культурных форм, общих традиций и сложному процессу формирования идентичности.

Помимо геополитики и культуры, Крым можно рассматривать через социологическую призму как место, где постоянно пересматриваются идентичности, воспоминания и социальные нормы.

Памятники, исторические руины и спорные мемориальные комплексы формируют ландшафт памяти полуострова. Разные группы интерпретируют прошлое по-разному, что приводит к перекрывающимся, а порой и противоречивым значениям, приписываемым одним и тем же местам.

Идея Крыма часто выходит за рамки его физических границ, выступая в качестве символического пространства в литературе, искусстве и политическом дискурсе.

Писатели, художники и путешественники издавна описывали Крым как место красоты, гибридности и преображения. Эти образы подчеркивают лиминальную природу полуострова – его способность вызывать одновременно и знакомое, и чуждое ощущение.

Пространственная идентичность Крыма характеризуется изменчивостью, гибридностью и трансформацией. На протяжении веков полуостров принадлежал разным империям, народам и культурным сферам, оставив после себя сложную мозаику влияний. В результате Крым можно представить как палимпсест – развивающийся текст, переписанный сменявшими друг друга историческими деятелями. Эта палимпсестичность делает его квинтэссенцией переходного пространства, где постоянно согласуется локальная идентичность.

Природный ландшафт Крыма усиливает эту лиминальность. Полуостров характеризуется резкими перепадами рельефа – от скалистых берегов южного берега к внутренним степям, от туманных гор Крымского хребта к теплему субтропическому микроклимату вблизи Ялты. Эти контрасты создают чувственное богатство, которое способствует творческому переосмыслению и эмоциональному уединению. Кажущаяся многогранность ландшафта позволяет людям погрузиться в иную атмосферу, не покидая пределы региона.

Символично, что Крым служил площадкой для конкурирующих национальных нарративов, романтизированных образов и традиций мифотворчества. Русская литература XIX в. часто изображала Крым как место исцеления, размышлений или освобождения от социальных ограничений. Туризм советских времен усилил идентичность региона как курортного рая – места физического и психологического возрождения. После геополитических изменений XXI в. Крым стал местом, наполненным спорными смыслами, обострившейся ностальгией и идеологическими проекциями. Эта символическая насыщенность еще больше усиливает его функцию переходного пространства, где эскапизм становится не просто возможным, но практически неизбежным, что соответствует мысли В. И. Белова о том, что «это уход в инобытие, инореальность, иномирие» [3, С. 270].

Эстетический эскапизм подразумевает использование визуальных, чувственных или художественных впечатлений как средства отстранения от реальности. Крымские пейзажи исторически вдохновляли художников, поэтов, кинематографистов и путешественников, которые искали убежища в кажущейся красоте полуострова. Береговая линия, в частности, занимала центральное место в художественных образах, которые представляют Крым как пограничный рубеж между сушей и морем. В этих

образах скалы и берега становятся метафорами личностной трансформации или трансцендентности.

Эстетическая привлекательность Крыма заключается в его способности казаться одновременно знакомым и экзотическим. Его ландшафты напоминают средиземноморские архетипы, сохраняя при этом ярко выраженные местные особенности. Эта двойственность способствует эскапизму, позволяя зрителю представлять Крым как нечто далекое, даже если он географически доступен. Архитектурное наследие региона – от греческих руин до татарских мечетей, генуэзских крепостей и императорских дворцов – дополняет его эстетическое многообразие и приглашает наблюдателя в различные временные измерения.

Художественные изображения Крыма часто подчеркивают тишину и вневременность, создавая воображаемые миры, свободные от исторических конфликтов и личных невзгод. Эта ностальгическая эстетика создает обезличенное видение полуострова, способствуя эскапизму, избирательно фильтрующему реальность. Даже современные медиа, такие как фотография и цифровой контент о путешествиях, часто представляют Крым как тихое убежище, усиливая эстетический эскапизм, несмотря на политическую сложность региона.

Эмоциональный эскапизм в контексте Крыма часто возникает из-за роли полуострова в коллективной и индивидуальной памяти. Для многих Крым представляет собой сказочное хранилище прошлого опыта – детских каникул, мифологизированного лета или семейных историй, связанных с ландшафтом. Эти воспоминания создают эмоциональные убежища, куда люди возвращаются, чтобы временно отвлечься от текущих трудностей.

Ностальгия – особенно сильная форма эмоционального эскапизма в Крыму. Она проявляется как тоска по идеализированному прошлому, которое, возможно, никогда не существовало в той точной форме, которую мы помним. Эта ностальгия часто коренится в чувственных деталях – аромате кипарисов, тепле Черного моря, шуме волн, разбивающихся о скалы. Эти ощущения служат триггерами памяти, позволяя людям укрыться в аффективных пространствах, которые кажутся безопасными и неизменными.

Экзистенциальный эскапизм предполагает использование переходных пространств для размышлений о собственной идентичности или ее временного прекращения: «Феномен эскапизма представляет важное явление – в ней индивид может найти положительное откровение своих собственных духовных исканий и нравственных поступков» [4, С. 59].

Пограничные качества Крыма – его границы, контрасты и меняющиеся культурные ландшафты – делают его естественным местом для экзистенциального исследования.

Многие посетители описывают Крым как место, где время кажется замедленным или остановленным. Это временное искажение способствует саморефлексии и отстранению от повседневных обязанностей. Морские пейзажи полуострова, скалы и широкие горизонты вызывают чувство открытости и возможностей, побуждая к самоанализу. Психологический эффект от пребывания на краю земли лицом к бескрайним морским просторам создает символический порог, побуждая человека представить альтернативные версии себя.

Переходный характер Крыма позволяет экзистенциальному эскапизму проявляться тонкими способами: в уединенных прогулках вдоль береговой линии, встречах с заброшенными местами или соприкосновении с руинами, воплощающими в себе пласты истории. Эти переживания создают пограничную зону, где личная идентичность может временно перестраиваться. Человек становится одновременно наблюдателем и участником пространства, которое бросает вызов традиционным границам между прошлым и настоящим, собой и окружающей средой.

Экзистенциальный эскапизм в Крыму также может быть связан с поиском очищения или обновления: «<...> эскапизм не является чем-то пагубным и вредным в большинстве своих форм проявления» [1, С. 18]. Давняя связь полуострова с оздоровительным туризмом усиливает этот мотив. Посетители могут рассматривать свое пребывание в Крыму как преобразующее путешествие, используя окружающую среду для избавления от психологического груза и переориентации на новый жизненный путь.

Культуротворчество в Крыму служит средством, посредством которого сообщества формируют свою идентичность в постоянно меняющейся среде. Идентичность в транзитивном пространстве редко бывает фиксированной; она относительна и динамична. Творческие практики помогают отдельным людям и группам переосмысливать свое культурное наследие, адаптируясь к новым обстоятельствам.

Транзитивные пространства часто переживают периоды неопределенности или конфликта. Культуротворчество становится средством преодоления этих состояний. Через искусство, литературу и общинные ритуалы общества переживают травмы, подтверждают преемственность и представляют себе возможное будущее.

В Крыму эти функции особенно очевидны в периоды политических перемен. Художники и деятели культуры могут использовать символические образы для выражения надежд на стабильность. Таким образом, культуротворчество служит одновременно зеркалом и средством преодоления переходных периодов.

Культуротворчество также формирует символическую географию Крыма – то, как люди представляют себе регион и эмоционально относятся к нему. Такие ландшафты, как горы, виноградники и Черное море, приобретают культурное значение через поэзию, живопись и мифологию. Эти значения способствуют формированию коллективной идентичности и влияют на восприятие сообществами своего места в мире.

Более того, памятники, музеи и отреставрированные исторические места служат опорами в транзитивном пространстве. Они обеспечивают преемственность и материализуют культурную память, даже если окружающий социально-политический контекст меняется.

Выводы. В результате выявления специфики Крыма как транзитивного пространства в контексте эскапизма и культуротворчества нами были сделаны следующие выводы.

Обозначено, что роль Крыма как переходного пространства обусловлена его многогранной историей, культурным разнообразием, стратегическим положением и сложной социально-политической динамикой. Это место, где границы менялись, идентичности сливались и расходились, а внешние силы стремились оказывать влияние. Понимание Крыма через призму переходного пространства помогает пролить свет не только на уникальные характеристики полуострова, но и на более широкие процессы культурного взаимодействия, геополитического соперничества и формирования идентичности.

По мере развития глобальной и региональной динамики Крым, вероятно, продолжит воплощать черты лиминальной зоны – территории, находящейся между несколькими мирами, где прошлое и настоящее, локальное и глобальное сходятся и переосмысливают друг друга.

Установлено, что эскапизм в переходном пространстве Крыма раскрывает многогранное взаимодействие географии, идентичности и психологического уединения. Многослойная история полуострова, его символическое богатство и лиминальный характер создают среду, уникально подходящую для возникновения эстетических, эмоциональных, политических и экзистенциальных форм эскапизма. Его ландшафты располагают к творческому мышлению; его воспоминания пробуждают ностальгию; его спорный статус способствует избирательному отстранению; а его лиминальная атмосфера способствует рефлексии и самопереосмыслению.

В совокупности эти аспекты демонстрируют, что эскапизм в Крыму – это не просто уход от реальности, а динамичная стратегия преодоления неопределенности, конструирования смысла и адаптации к меняющимся культурным и политическим условиям. Сама переходная природа региона формирует и усиливает эскапистские тенденции, превращая Крым в символический порог, где границы между прошлым и настоящим, собой и пространством, реальностью и воображением остаются зыбкими. Таким образом, изучение эскапизма в Крыму дает более широкое представление о том, как люди взаимодействуют с пограничными средами и как эти среды, в свою очередь, влияют на психику человека.

Выявлено, что культуротворчество – определяющая черта транзитивного пространства Крыма. Оно обусловлено уникальной исторической траекторией региона, его многокультурным взаимодействием и постоянным поиском идентичности.

Творчество в Крыму – это не просто художественный феномен; это социальный и символический процесс, который формирует коллективную память, способствует межкультурному диалогу и предоставляет инструменты для преодоления неопределенности.

Рассматривая культуротворчество в рамках транзитивности, мы глубже понимаем Крым как динамичный культурный ландшафт. Его творческие практики отражают как историческую преемственность, так и продолжающуюся трансформацию, открывая регион, где разнообразные влияния сливаются воедино, порождая богатые и развивающиеся культурные формы.

Список литературы:

1. Балыков, Д.В. Эскапизм как психологический феномен / Д.В. Балыков // Вестник Ульяновского государственного технического университета. – 2019. – № 1. – С. 17-18
2. Бахтин, М.М. Формы времени и хронотопа в романе / М.М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1975. – С. 234-407
3. Белов, В.И. Эскапизм: причины, функции и границы / В.И. Белов // Инновационная наука – 2017. – № 03-1. – С. 270-276
4. Колесникова, И.Г. Эскапизм как средство самоидентификации и идентичности личности в контексте философской антропологии / И.Г. Колесникова // Наука. Искусство. Культура. – 2016. – Вып. 2 (10). – С. 57-62
5. Лотман, Ю.М. Семиосфера / Ю.М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПб, 2001. – 703 с.
6. Сидоренко, Н.А. Крым в контексте этносоциальных процессов XX века / Н.А. Сидоренко // Известия Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. – 2018. – Т. 4 (70). – № 2. – С. 121-129
7. Хлевов, А.А. Российская национально-культурная идентичность: опыт исследования исторической памяти молодежи Республики Крым / А.А. Хлевов, Е.В. Латышева, В.А. Чигрин // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Исторические науки – 2019. – Том 5 (71). – № 1. – С. 158-169
8. Швец, А.Б. Новая реальность этнического пространства в российском Крыму / А.Б. Швец, К.Ю. Секач // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2020. – № 4. – С. 98-103

ВЕСТИМЕНТАРНЫЙ КОМПОНЕНТ СЦЕНИЧЕСКОГО ОБРАЗА В СОВРЕМЕННОМ ШОУ

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);

Абраменко Ксения Андреевна,

студентка 1 курса направления подготовки «Культурология»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Власенкова Вероника Максимовна,

студентка 1 курса направления подготовки «Культурология»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. В данной статье рассматриваются теоретические основы анализа вестиментарной составляющей современного сценического искусства. Вестиментарный код интерпретируется не просто как декоративный элемент дизайна костюма, а как автономная семиотическая система, функционирующая в рамках музыкальной, театральной и медиакультуры. Авторы приходят к выводу, что костюм выступает в качестве мощной повествовательной и коммуникативной структуры, формирующей художественную идентичность, укрепляющей символическую преемственность и организующей визуальную логику представления. Он воплощает динамическое взаимодействие между эстетикой и смыслом, преобразуя сценические образы в целостный культурный текст, отражающий коллективную память, психологический конфликт и стратегии самопредставления.

Ключевые слова: вестиментарный код, сценический костюм, визуальная семиотика, культура перформанса, художественная идентичность, современная музыка.

Annotation. This article analyzes the clothing component of contemporary stage culture as a significant tool for meaning-making. Costume is considered not only as an element of artistic design but also as an independent sign system that shapes the visual narrative of musical and theatrical projects. It is argued that the clothing code serves as a mechanism for constructing the stage image, ensuring the integrity of the artistic concept and the stability of the artist's media representation. It is concluded that through costume, contemporary culture expresses processes of identity rethinking, the actualization of cultural memory, and the transformation of aesthetic models in the entertainment industry.

Key words: vestimentary code, stage costume, visual semiotics, performance culture, artistic identity, contemporary music.

Постановка проблемы. В современной визуальной культуре костюм как элемент одежды эволюционировал из вспомогательного декоративного элемента в автономную семиотическую систему, способную конструировать смысл наряду с музыкой, хореографией, освещением и цифровой сценографией. В развлекательной практике XXI века костюм функционирует как сложный код, формирующий восприятие, организующий логику повествования и определяющий эмоциональную траекторию представления. Сегодня сценический образ формируется не только посредством звука, но и посредством тщательно структурированного визуального языка, в котором ткань, цвет, силуэт и текстура выступают в качестве знаков. В результате костюм становится аналитической линзой, через которую можно интерпретировать трансформацию

художественной идентичности и механизмы взаимодействия с аудиторией в современной театральной культуре.

В этом отношении особенно показательны современные музыкальные выступления, где костюмные коды часто несут в себе больший повествовательный вес, чем сами тексты песен. Визуальные стратегии, используемые такими артистами, как *Lady Gaga*, *Moi dix Mois*, *The Weeknd*, *Sabrina Carpenter*, *PinkPantheress* и *Dead Blonde*, демонстрируют, как костюм выступает в качестве повествовательного посредника, выражая психологический конфликт, ностальгию, бунт, гламур или культурную самоидентификацию. Будь то эстетика темного кабаре, готического романтизма, ретро-возрождения или минимализма начала 2000-х годов, выбор костюмов создает целостные символические вселенные. Во многих случаях преемственность определенного костюма в различных медиа-выступлениях превращает его в стабильный визуальный маркер, объединяющий художественную эпоху и укрепляющий узнаваемость бренда.

Таким образом, изучение кодов одежды в современном перформансе требует методологического подхода, интегрирующего семиотику, культурологию, теорию перформанса и медиа-анализ. Костюм следует рассматривать не только как материальный дизайн, но и как коммуникативную структуру, встроенную в более широкий социокультурный контекст. Анализируя взаимодействие между визуальной символикой и перформативным повествованием, становится возможным выявить, как сценическая мода порождает смыслы, формирует идентичность и влияет на эстетику мировой развлекательной культуры.

Цель данной работы – рассмотрение вестиментарной составляющей современного сценического представления как семиотической системы, формирующей художественную идентичность и нарративную структуру в рамках современной развлекательной культуры, для чего были поставлены следующие задачи: концептуализировать вестиментарный код как коммуникативную и символическую структуру в перформансе; определить ключевые визуальные стратегии, посредством которых костюм конструирует смысл в современных музыкальных и театральных практиках; изучить примеры выступлений отдельных исполнителей, чтобы выявить, как костюм функционирует как инструмент повествования и брендинга; определить роль вестиментарной преемственности в формировании узнаваемых художественных эпох и восприятия аудитории.

Изложение основного материала. В современном шоу звук часто уступает сценическому языку и визуальной эстетике, выводя вестиментарные коды на первый план. XXI век подарил визуальной культуре, особенно в сфере развлечений, новый способ прочтения костюма, превратив его из фона в сложную семиотическую систему. Сегодня вестиментарный компонент (от лат. *vestimentum* – «одежда») является обязательной частью художественного замысла шоу, взаимодействующей с музыкой, хореографией, светом и цифровыми технологиями, формируя целостный и зачастую шокирующий образ.

Вестиментарный компонент сценического образа является основой для составления вестиментарного кода – совокупности правил и закономерностей передачи информации с помощью предметов костюма [5, С. 72]. Выявление и анализ ключевых свойств костюма и как знака и влияние его на визуальную эстетику театрального представления, шоу либо музыкального номера может являться предметом актуального научного исследования.

«Костюм – тот же знак, “прикрепляемый” к личности, придающий ей контекстуальную значимость, делающий ее узнаваемой, а значит – существующей определенным способом» [2, С. 19], – данная мысль В.М. Липской из работы «Костюм как знак и концепция личности» отлично демонстрируется в современной поп-культуре.

Одним из современных артистов, совмещающим в своем творчестве эстетику массовой и андеграундной культуры с помощью вестиментарных кодов, является певица *Lady Gaga*, использующая во многих своих музыкальных видеоклипах визуальный язык дарк-кабаре, среди элементов которого костюм составляет основу для передачи глубинного смысла. Например, в видеоклипе *Abracadabra* певица предстает перед зрителем в двух противоположных образах, а также в образе «рассказчика». В первой сцене используется свободный костюм классического прямого кроя из латекса в темно-

красном цвете. В данном образе цветовая палитра подобрана с особой ответственностью, так как задает тон происходящему уже с первых секунд: красный цвет акцентирует внимание зрителя, подготавливая его к последующим эмоциональным событиям (рис. 1).



Рисунок 1. Lady Gaga. Abracadabra

При постановке хореографии подобраны два вида костюмов, полностью противоположных по своей символике. Прототипом костюмов «первого акта» является белая больничная одежда. При этом в костюмах танцоров и самой певицы используются легкие, тонкие и кружевные ткани в сочетании с заматыванием «бинтами». Такой выбор обусловлен необходимостью максимально прямо и честно раскрыть «слабую», «больную» сторону главной героини. Белый цвет здесь подразумевает не только символ чистоты и света, но также уязвимости и «неисправности» (рис. 2).



Рисунок 2. Lady Gaga. Abracadabra

С появлением нового контрастного образа детали костюма «рассказчика» плавно сливаются с «обратной» стороной героини, привнося иную семиотику. Данный костюм также монотонный, однако, теперь он выполнен в ярко-красном цвете, а силуэт соответствует канонам темного барокко. В декоре одежды преобладают юбки из сетчатых тканей различных текстур и кружево. Корсет главной героини подчеркивает

прежнюю скованность и страхи, а вызывающий цвет и плотность материала выступают как линия психологической обороны в ее внутреннем конфликте. Здесь появляется новый аксессуар – трость, которая символизирует поддержку израненной души. Теперь костюмы танцоров черные и закрытые (рис. 3).



Рисунок 3. Lady Gaga. Abracadabra

Таким образом, смена костюма как вестиментарного компонента имеет даже большее значение для сюжета, чем хореография и музыкальное сопровождение, подчеркивая эволюцию психологической составляющей образа героини.

Японская группа *Moi dix Mois* оказала значительное влияние на жанр готического метала, став одним из ярких и влиятельных коллективов в этом направлении. Являясь сольным проектом *Mana*, группа выступает в жанре *Visual Kei* (*visual* – «визуальный»), где вестиментарный код является основной частью сценического образа. При создании своего имиджа лидер опирается на готический стиль, возникший на основе панк-культуры, идея которого – мрачная, меланхоличная и артистичная эстетика, вдохновлённая романтикой, декадансом и средневековьем [1, С. 191]. Костюмы участников группы проекта пропитаны готикой с элементами темного барокко: черные грубые плотные ткани и массивная кожаная обувь на высокой платформе сочетаются с неброскими рюшами и кружевом. Такое сочетание деталей в одежде создает дерзкий и при этом элегантный образ. С недавнего времени в костюмах участников изредка встречаются красные оттенки, в основном, с целью подчеркнуть тематику песен о любви и ярких эмоциях. В то же время у лидера проекта в одежде часто используется синий цвет – спокойный и таинственный, полностью отражающий характер его персонажа.

Сценический образ *Mana* стал визитной карточкой группы и сделал модельера и музыканта узнаваемым вне сцены. А кропотливая работа над костюмами поспособствовала созданию личного бренда одежды, тем самым породив новый визуальный стиль уличной моды, получивший мировую известность, а также оказал большое влияние на формирование новых вестиментарных кодов в визуальной эстетике современного японского шоу (рис. 4, 5).



Рисунок 4. Музыкант и модельер Mana



Рисунок 5. Группа Moi dix Mois

Вестиментарные коды в современном шоу также раскрываются через постановки музыкальных театров. Знаковым событием для современного российского театра стал спектакль «12 стульев. Фрик-кабаре», поставленный в Театре Эстрады имени Аркадия Райкина. Благодаря режиссеру-постановщику Илье Архипову, роман Ильи Ильфа и Евгения Петрова получил новое андеграундное прочтение: «яркие персонажи, сочные, музыкальные, килограммы страз, километры перьев» [4]. Сценические образы героев кардинально изменены в соответствии с классикой жанра дарк-кабаре: и вот уже Илья Архипов в роли бывшего предводителя дворянства Кисы Воробьянинова носит не строгий костюм и шляпу, а меха, латексные перчатки и очки с красными стёклами, что делает образ гротескным, подчеркивая трагичность человека ушедшей эпохи. Леопардовый принт пиджака также может символизировать ловкость и хитрость персонажа, однако общая абсурдность образа выдает в Ипполите Матвеевиче неудачника (рис. 6).

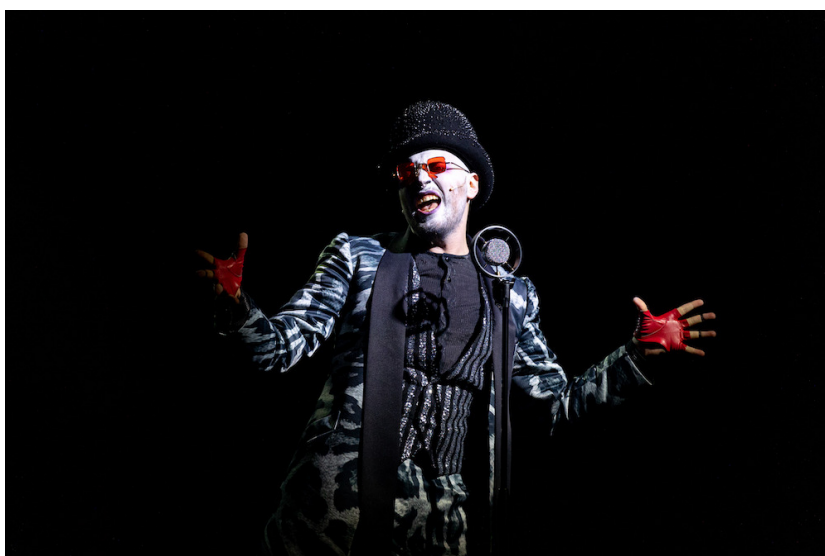


Рисунок 6. Илья Архипов в роли Кисы Воробьянинова в спектакле «12 стульев. Фрик-кабаре»

Одним из ярких подтверждений важности вестиментарного компонента является сценический образ *The Weeknd* из эры *After Hours*: красный пиджак поверх черной рубашки и черного галстука, черные кожаные перчатки, черные брюки. Эйбел Тесфайе (настоящее имя исполнителя) впервые появился в данном костюме еще в клипе на песню *Heartless* в декабре 2019 года, но особую популярность данный образ приобрел после выхода клипа на песню *Blinding Lights* в январе 2020 года. Несмотря на приличность описанного наряда сам образ *The Weeknd* дополнялся реалистичным макияжем разбитого носа, окровавленного лица, что дает нам яркий визуальное противоречие между кровавым хаосом на лице и внешним идеальным фасадом в виде гламурного костюма. Именно в таком образе (с окровавленным лицом) певец выступал на *MTV Video Music Awards* в 2020 году и на *Pepsi Super Bowl LV Halftime Show* (без окровавленного лица) в 2021 году (рис. 7, 8). В период пандемии, когда традиционные промо-кампании были попросту невозможны, именно этот образ стал связующим нарративным звеном, так как, работая как ключевой визуальный код, последовательно применялся во всех медиа и выступлениях, тем самым объединяя различные активности в единую художественную реальность.



Рисунок 7. The Weeknd на MTV Video Music Awards 2020



Рисунок 8. The Weeknd на Pepsi Super Bowl LV Halftime Show

За счет имиджевой стратегии Сабрина Карпентер в 2024 году вышла на уровень главных мировых артистов, и вестиментарный компонент в контексте сцены сыграл здесь очень важную роль. Так, в прошедшем туре *Short n' Sweet* на концертах певица выступала в образах, которые были разнообразной цветовой гаммы и имели общую ностальгическую атмосферу: корсет со стразами в стиле *Polly Pocket*; платье-сорочка в стиле *babydoll* добавлялась к корсету со стразами; ретро-костюм (дополняется шарфом боа); костюм, состоящий из необлегающего топа и короткой юбки. Образы из тура являются смешением культурных кодов прошлого – они связаны с общим чувством ностальгии, но без привязки к чему-то конкретному. Это мало того, что визуально дополнило эру певицы, которая основательно прошла по ретромании, так и помогло сформировать узнаваемый образ исполнительницы. При этом, выход последнего на данный момент альбома *Man's Best Friend* в 2025 году лишь доказывает, что узнаваемый образ, который ассоциируется с кукольностью, легкостью и ностальгией, требует укрепления для устойчивого восприятия зрителями и фанатами (рис. 9, 10).



Рисунки 9, 10. Сабрина Карпентер в туре *Short n' Sweet*

Если рассматривать артистов, которые сейчас активно набирают популярность, то в контексте вестиментарных компонентов интересно просматривается британская певица *PinkPantheress*. Сценический образ Виктории Беверли Уокер (настоящее имя исполнительницы) являет собой прямую ностальгическую отсылку, так как на ней часто можно увидеть бриджи, капри, мини-юбки, балетки, лосины, преобладание легких тканей, а сумка на плече во время выступления стала ее одной из отличительных черт. *PinkPantheress* не использует сложные сценические костюмы. При этом, важно отметить, данный стиль певица не использует исключительно на сцене – это часть повседневного стиля. Также часто у исполнительницы вестиментарным компонентом в сценических образах является тартан – цветной клетчатый орнамент выступает как главная отличительная особенность образа артиста, раскрывающая через данный культурный код самоидентификацию певицы. Сценические образы *PinkPantheress* – это точное попадание в эстетику конца 1990-х – начала 2000-х годов, так как ее образы отсылают к повседневности той эпохи.



Рисунок 11. *PinkPantheress* на концерте в Лондоне

В российском же поп-пространстве очень ярко выделяется *Dead Blonde* – ее образы на концертах являются более сценическими, чем у *PinkPantheress*. Как поделилась сама исполнительница, референсами для костюмов на крупнейшие сольные концерты в ее карьере были образы участниц группы ВИА Гра в клипе «Бриллианты», образ Кайли Дженнер в *Schiaparelli*, винтажный *Mugler*, а также платья бренда *The Blonds* [3]. Объемные прически, длинные перчатки, платья с прямой отсылкой на бурлеск, шарф боа, пиджаки с подплечниками, использование элементов советской культуры в костюмах (значки в форме звезды с серпом и молотом вместо пуговиц на пиджаке, красные звезды как элемент украшения платья) – вестиментарные элементы сценического образа *Dead Blonde* представляет интерпретацию образов прошлого, олицетворяя гламур и утонченность, дополняя современное сценическое шоу.

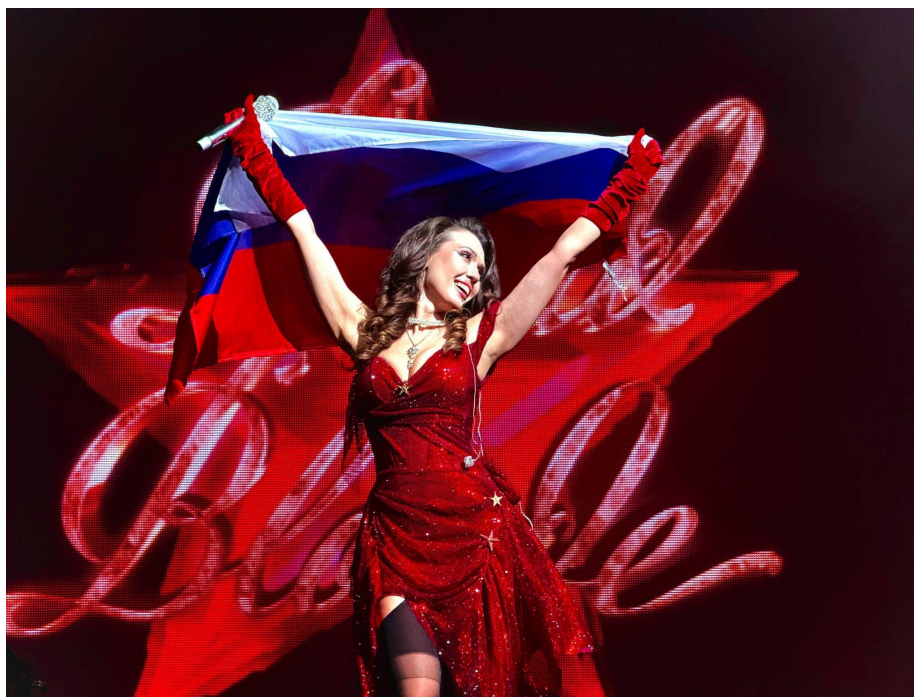


Рисунок 12. Dead Blonde на сольном концерте в Москве

Выводы. Проведенный в данном исследовании анализ подтверждает, что вестиментарная составляющая современного сценического представления функционирует как полноценная семиотическая система, а не как вторичный декоративный элемент. Костюм в современной развлекательной культуре выступает как автономная структура смысла, взаимодействующая с музыкой, хореографией, сценографией и каналами распространения медиаконтента. Он не просто сопровождает представление, но активно конструирует нарративную связность, формирует эмоциональное восприятие и стабилизирует художественную идентичность. Концептуализация вестиментарного кода как коммуникативной структуры демонстрирует, что одежда, текстуры, силуэты и цветовая палитра выступают в качестве визуальных знаков, встроенных в культурно узнаваемые символические рамки. Благодаря повторению, контрасту и трансформации эти элементы порождают многослойные интерпретации, выходящие за рамки непосредственного момента представления.

Цель исследования, заключающаяся в выявлении ключевых визуальных стратегий в современных музыкальных и театральных практиках, показала, что костюм часто несет в себе нарративный вес, равный, а иногда и превосходящий вес текста песен или драматургии. В выступлениях таких артистов, как *Lady Gaga*, костюм становится средством выражения психологической двойственности и внутреннего конфликта посредством хроматического контраста, плотности материала и трансформации силуэта. Взаимодействие между хрупкостью и защитой, уязвимостью и театральным преувеличением закодировано в выборе тканей и структурном дизайне. Аналогично, в эстетической вселенной *Moi dix Mois* вестиментарный код создает целостную готическую мифологию, где темные элементы барокко, обувь на платформе и многослойные ткани усиливают меланхолический романтизм и субкультурную идентичность. Здесь костюм неотделим от формирования жанра и способствует консолидации узнаваемого стилистического канона в культуре *Visual Kei*.

Пример *The Weeknd* иллюстрирует стратегическую преемственность символики одежды. Многократное использование красного костюма во время эры *After Hours* превратило один и тот же наряд в объединяющий повествовательный прием в музыкальных клипах, церемониях награждения и масштабных телевизионных выступлениях. Сочетание безупречного формального наряда с инсценированными травмами лица создало мощное визуальное противоречие, передающее темы излишества, уязвимости и зрелищности. В период глобальных ограничений на проведение живых

мероприятий постоянство этого визуального маркера функционировало как целостный механизм брендинга, обеспечивая узнаваемость на разрозненных медиаплатформах. Это подтверждает, что повторение одежды укрепляет целостность повествования и память аудитории, превращая одежду в якорь художественного повествования.

Исследование также демонстрирует, что вестиментарные коды могут действовать через ностальгию и культурную память, а не через драматический контраст. Сценический образ Сабрины Карпентер отражает целенаправленный синтез ретро-эстетики, игривой женственности и стилизованного гламура. Интегрируя отсылки к модным кодам конца XX и начала XXI веков, ее выступления создают атмосферу всеобщей ностальгии без прямых исторических цитат. Эта стратегия обеспечивает доступность и эмоциональную узнаваемость, укрепляя целостность бренда и адаптируя прошлые визуальные языки к современным поп-тенденциям. Аналогичным, но более минималистичным образом, *PinkPantheress* использует силуэты, вдохновленные повседневной жизнью – брюки-капри, мини-юбки, балетки, клетчатые узоры – чтобы вызвать в памяти визуальную культуру конца 1990-х и начала 2000-х годов. Примечательно, что интеграция этих элементов как в сценическую, так и в повседневную одежду размывает границу между сценическим представлением и личной идентичностью, демонстрируя, как вестиментарные коды могут функционировать как подлинное самовыражение, а не как театральное преувеличение.

В сценической эстетике *Dead Blonde* возникает контрастная модель, где костюмы делают акцент на театральном зрелище и переосмыслении гламура. Отсылки к бурлеску, винтажные силуэты, преувеличенные линии плеч и символические советские мотивы иллюстрируют, как элементы костюма могут активизировать культурную память посредством стилизованного преувеличения. В данном случае костюм не только дополняет музыкальное представление, но и создает особую визуальную мифологию, объединяющую ретро-отсылки с современной поп-сценографией. Такие примеры подтверждают, что кодирование костюмов способно синтезировать исторические образы, идеологические знаки и развлекательные стратегии в целостные символические системы.

В ходе исследования всех рассмотренных случаев одним из центральных выводов является преобразующая сила костюма как посредника в повествовании. Элементы костюма выражают развитие персонажа, эмоциональное напряжение и тематическое противопоставление. Они создают визуальные метафоры – посредством цветовой символики, контрастов материалов или использования аксессуаров – которые направляют интерпретацию аудитории. Семиотическая насыщенность костюма позволяет ему одновременно функционировать на сознательном и подсознательном уровнях, опираясь на коллективные ассоциации, заложенные в культурной памяти. Следовательно, вестиментарный код становится местом, где индивидуальная художественная идентичность пересекается с более широкими социокультурными дискурсами, включая гендерное представление, циклы ностальгии, субкультурную принадлежность и брендинг в СМИ.

Список литературы:

1. Латышева, Т.В. Феномен готической субкультуры: содержание, черты и восприятие студенческой молодежью / Т.В. Латышева // Вестник РГГУ, серия Философия. Социология. Искусствоведение. – 2010. – № 3. – С. 190-207
2. Липская, В.М. Костюм как знак и концепция личности / В.М. Липская // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 17. Философия. Конфликтология. Культурология. Религиоведение. – 2013. – № 1. – С. 19-27
3. Мурашева, А.Н. Хочу поделиться историей создания моих нарядов к сольникам... / А.Н. Мурашева. – Текст: электронный // Канал дед инсайд блонд в Telegram: сайт. – URL: <https://t.me/deadblonde/10537> (дата обращения: 05.02.2026)
4. Петровская, М. «Фрик-кабаре. 12 стульев» как карнавал на обломках империи / Маргарита Петровская. – Текст: электронный // Сайт Театра Эстрады имени Аркадия Райкина: сайт. – URL : https://estrada.spb.ru/press_singl.php?id=76 (дата обращения 03.02.2026)
5. Терехова, М.В. Знаково-символическая природа костюма как основание вестиментарных кодов в культуре / М.В Терехова // Человек. Культура. Образование. – 2016. – № 4 (22). – С. 71-82

ВОСТОЧНЫЕ ЛИТЕРАТУРНЫЕ ВОЛНЫ (КОРЕЙСКАЯ, КИТАЙСКАЯ) И ИХ УСПЕХ НА КНИЖНОМ РЫНКЕ РОССИИ

Костенко Ирина Вячеславовна,

старший преподаватель

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Гончарова Арина Владимировна,

студентка 4 курса направления подготовки «Издательское дело»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. В статье с позиций издательского дела исследуется феномен «восточных литературных волн» – массового интереса к корейской и китайской литературе на российском книжном рынке. Поставленная в исследовании цель заключалась в выявлении причины популярности изданий данного вида переводной литературы, ее жанровых особенностей, аудитории и специфики издательской работы с текстами и авторами. Анализ показал, что успех «восточных литературных волн» связан с комплексом факторов: культурной экспансией через медиа; жанровым разнообразием, почти отсутствующим в отечественной литературе, и разнообразием контента. На основании проведенного анализа определены издательские стратегии работы с современной восточной литературой, которые заключаются в новеллизации, то есть художественной адаптации популярных дорам в виде текста издания со стилизованным визуалом, в формировании круга российских авторов, пишущих в стиле популярной корейской и китайской литературы, в адаптации, направленной на сохранение культурного кода оригинала, при редактировании переводных текстов.

Ключевые слова: книжный рынок, издательское дело, «восточные литературные волны», целевая аудитория, жанровые форматы, литературная мимикрия, авторы, драмы, новеллизация, редакция перевода.

Annotation. This article examines the phenomenon of «Eastern literary waves» – mass interest in Korean and Chinese literature on the Russian book market – from the perspective of publishing. The aim of the study was to identify the reasons for the popularity of this type of translated literature, its genre characteristics, audience, and the specifics of publishing work with texts and authors. The analysis showed that the success of «Eastern literary waves» is linked to a complex set of factors: cultural expansion through the media; genre diversity, which is almost absent in domestic literature; and content diversity. Based on the analysis, publishing strategies for working with contemporary Eastern literature have been identified, which consist of novelization, i.e., the artistic adaptation of popular dramas in the form of a text publication with stylized visuals, the formation of a circle of Russian authors writing in the style of popular Korean and Chinese literature, and adaptation aimed at preserving the cultural code of the original when editing translated texts.

Key words: book market, publishing, «Eastern literary waves», target audience, genre formats, literary mimicry, authors, dramas, novelization, translation editing.

Постановка проблемы. В последнее десятилетие российский книжный рынок столкнулся с новым масштабным явлением – стремительным ростом популярности литературы из стран Восточной Азии, в первую очередь Южной Кореи и Китая. Если изначально эти произведения были достоянием узкого круга востоковедов и ценителей, то сегодня они занимают заметное место на полках крупных сетевых магазинов. И хотя раньше среди массового потребителя популярность Азии ассоциировалась преимущественно с музыкой (К-поп) и кинематографом (дорамы, дунхуа), на сегодняшний день ее неотъемлемой частью стала и литература. Корейская и китайская

литература активно завоевывают мировые книжные рынки, включая российский. Исследований по данной теме не так много, одними из самых популярных являются работа М.Е. Осетровой в формате путеводителя по корейской литературе (2021) и статья Евгении Лисицыной «Современная литература из Южной Кореи» (2021). Однако, несмотря на растущую популярность, данный феномен остается недостаточно изученным в отечественном издательском деле.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью осмысления причин успеха этих литератур на книжном рынке России, анализа их жанрового своеобразия и определения стратегий работы редактора-переводчика с текстами, позволяющих сохранить стиль и культурный код оригинала. В этом ключе изучение «восточных литературных волн» представляется перспективным для понимания современных читательских предпочтений и разработки эффективных издательских концепций.

Изложение основного материала. Феномен популярности корейской и китайской литературы в России носит комплексный характер и не может быть сведен к одной причине. Его фундаментом стала глобализация культурного пространства и возросший интерес российского общества, особенно молодежи, к странам Азии. «Мягкая сила» Южной Кореи, проявляющаяся в музыке (K-Pop), дорамах, дунхуа и кино, создала мощный бренд и благодатную почву для восприятия литературных произведений. Как справедливо отмечает М.Е. Осетрова, «корейское кино или поп-музыка давно стали частью мировой культуры, а вот с книгами авторов из Южной Кореи мир – и Россия в том числе – знакомы хуже. Тем не менее, за последние десятилетия на русском языке вышло уже немало книг, написанных в Стране утренней свежести» [5]. В отношении китайской культуры, хотя и с некоторым запозданием, наблюдаются аналогичные процессы, подпитываемые экономическим ростом КНР и ее глобальным влиянием. Кроме того, прочным фундаментом стал беспрецедентный коммерческий результат некоторых произведений. Например, «стартовый тираж пятого тома "Благословения небожителей" Мосян Тунсю составил 137 тысяч экземпляров. Это больше, чем у новой книги Виктора Пелевина» [3]. Подобные цифры показывают переход жанра из категории нишевого в разряд массового.

Статистические данные Российской книжной палаты наглядно демонстрируют динамику этого процесса. В 2024 году с корейского языка было переведено 245 книг общим тиражом 1,565,6 тыс. экземпляров, а с китайского – 343 издания тиражом 2,167,51 тыс. экземпляров [1]. За 9 месяцев 2025 года тенденция сохранилась: зарегистрировано 298 переводов с корейского (тираж 1,573,75 тыс. экз.) и 327 – с китайского (тираж 1,380,81 тыс. экз.) [2]. Эти цифры выводят корейский и китайский языки в число лидеров по количеству переводной литературы, наряду с традиционно сильными английским, французским и немецким.

Целевая аудитория таких изданий довольно специфична и лояльна. Она состоит преимущественно из женщин в возрасте 18-24 лет, хотя активны и читатели 25-34 лет, а также есть представители старших возрастных групп. Если оценивать спрос на такую литературу по предпочтениям к странам, то китайская литература немного популярнее корейской или пользуется равным интересом. Причём поклонники китайской литературы часто отмечают интерес к культуре, традициям и уникальным жанрам, таким как сянься или уся. Основными источниками знакомства с произведениями стали интернет и социальные сети, влияние поп-культуры (например, дорам, дунхуа или K-pop), а также рекомендации друзей. Многие респонденты начали читать из-за личного интереса к Азии в целом и ищут в литературе не только развлечения, но и отражение собственных экзистенциальных проблем: поиска идентичности, давления социума, проблем в общении. Для них книга становится способом продлить впечатление от любимой истории, глубже погрузиться в вымышленный мир, получить материал для фан-артов и обсуждений в сообществах и даже написать собственную версию истории. Что касается жанров, наиболее востребованы романтика и драма, фэнтези и сянься, повседневность и комедия, боевые искусства, а также триллеры и мистика. Важно отметить, что даже те респонденты, которые пока не читают корейскую или китайскую литературу, проявляют к ней активный интерес и часто имеют чёткие предпочтения, сформированные под влиянием поп-культуры или рекомендаций из соцсетей. Это говорит о потенциале роста аудитории и о том, что популярность азиатской литературы продолжает укрепляться.

Следует отметить, что если десять лет назад переводили в основном классиков и авторов реалистической прозы, то сегодня доминируют именно жанровые форматы.

По данным обзора И.В. Цой, жанровый спектр предлагаемых на издательском рынке произведений крайне разнообразен и отражает как внутренние тренды стран, так и запросы конкретно российской аудитории: социальная проза и феминистическая литература (роман Чо Нам Чжу «Ким Чжиён, рожденная в 1982 году»), психологические триллеры (Чон Ючжон «Хороший сын, или Происхождение видов»), детективы (серия «К-триллер» издательства АСТ), young adult (Кан Джиён «Магазин для киллеров», «Как повзрослеть, не умерев», Чо Хёна «Твое письмо»), научная фантастика, фэнтези и хилинг-литература (Пом Ю Джин «Ресторан 06:06:06», Пэк Сын Ён «Почтовая служба друзей по переписке») [8]. К этому перечню следует добавить хилинг-литературу, которая отвечает на запрос современного молодого читателя, живущего в условиях высокого стресса, фокусируясь на преодолении психологических травм, выгорания и поиске гармонии. Подобная «фишка» – целенаправленное создание утешительного, терапевтического контента – пока не сформировалась в России в отдельный мощный тренд, но уже активно набирает обороты. Также значительную долю занимают новеллизации популярных дорам, такие как «Гоблин. Романтическое зачатие», «Потомки солнца», «Мистер солнечный свет», «Я приду, когда будет хорошая погода», «Король: вечный монарх», «Приди и обними меня» и др.

Китайская литературная волна, часто ассоциирующаяся с жанром «сянься» (фэнтези о бессмертных) и «уся» (воинские искусства), также набирает обороты на российском книжном рынке. Ее успех во многом связан с адаптациями – многосерийными дорамами, которые чаще сначала завоевывают аудиторию на стриминговых платформах, а затем провоцируют спрос на первоисточники.

Сравнивая жанровые предпочтения читателей и, соответственно, издателей, можно заметить синхронность некоторых трендов.

Например, уже упоминаемая ранее хилинг-литература, находящая отклик у российской аудитории, переживающей стрессы современной жизни, столь же востребована и в самой Корее. Психологические триллеры, исследующие темные стороны человеческой психики, являются общим трендом для глобального рынка, включая и Россию, и Восточную Азию. Однако если в России это зачастую классический детектив или психологическая драма, то корейский триллер нередко сочетается с острой социальной критикой.

Для Китая крайне популярны книги с таким литературным приёмом, как «попаданчество» (или попаданство). Чаще всего его можно встретить в таком жанре, как фэнтези (например, дунхуа и новелла «Какой скандал!», «Поразительное на каждом шагу»). Обычно такие попаданцы оказываются в другом мире не просто так (они там все ради «чего-то», просто пока не подозревают). Также популярны книги про киберспорт (Цин Мэй «Киберкраш. Влюбиться в твою улыбку» и др.).

Интересно отметить явление мимикрии некоторых российских авторов под эти тренды. Появляются произведения, действие которых происходит в условно-корейском или китайском сеттинге, либо в русском сеттинге, но использующие характерные для этих стран культуру, обращения и эстетику (Катерина Райдер «Поздравляю, Сеул!», Ольга Чэнь «Следуй по пути из лепестков персика», Ася Фуллер «Кореец и кот», «Лисы округа Хансон» и др.). Это свидетельствует о глубоком проникновении «восточной волны» в отечественную литературную среду и попытке адаптировать успешные формулы под местного читателя.

Можно выделить несколько ключевых стратегий, которые используют такие авторы для достижения эффекта аутентичности.

Во-первых, это, как уже упоминалось выше, – глубокое погружение в культурный контекст. Однако зачастую такие попытки у неопытных авторов остаются поверхностными, так как они берут отдельные части из культуры (например, обращения), не затрагивая глубинных культурных основ, определяющих мотивацию персонажей и их развитие. Однако есть и авторы, которые не просто «изучают материал», а живут в соответствующей стране. Например, Лия Арден, написавшая «Четыре дракона», проживает в Корее.

Во-вторых, тщательная работа с мифологической и жанровой основой. Авторы не просто копируют готовые схемы, а творчески их перерабатывают. Лин Нянян в романе «Небесная Собака» работает в жанре сянься (китайское фэнтези о культивации бессмертия), насыщая текст крылатыми выражениями и оборотами. Ксения Хан в трилогии «Дракон и Тигр» создает так называемый «роман-дораму», сознательно выстраивая сюжет и используя тропы, характерные для корейских исторических сериалов.

В-третьих, личная мотивация авторов, которая часто выходит за рамки простого следования тренду. «Когда я пишу о Корее, я чувствую единение с корнями, ощущаю, что могу выразить уважение семье таким образом. Наверное, больше всего в писательстве моего нынешнего периода мне нравится то, что, описывая корейскую культуру даже на свой лад, я делюсь с читателями частичкой себя – что невозможно было бы сделать даже во время самого личного разговора», – говорит Ксения Хан в интервью для Читай Города [6].

Как показал анализ небольших интервью таких авторов и наш опрос, проведенный в соцсети ВК и мессенджере Телеграм с помощью Гугл форм, главными причинами читательской и писательской любви к литературе стран Востока считаются следующие.

1. Уникальный стиль и эстетика, кардинально отличающаяся от западных аналогов.

Китайские авторы опираются на литературную традицию, насчитывающую более двух тысяч лет, что находит отражение в плавном развитии сюжета (который часто может быть нелинейным), обилии легенд, истории и фольклоре, а также в особом внимании к каждому персонажу. Русские авторы пишут с большой любовью, в результате глубокого погружения в культуру, однако выстраивают сюжет по законам западного сторителлинга: четкая структура «от начала к развязке» через кульминационные моменты.

«Я люблю китайские новеллы за описываемые в них взаимоотношения персонажей. Авторы тонко раскрывают глубину душевной организации своих героев, показывают их с разных сторон. Несмотря на используемые китайцами привычные для нас тропы, невооруженным глазом их не видно, потому что герои кажутся сложнее и многограннее», – комментирует писательница Люцида Аквила в небольшом интервью для Эксмо [3].

2. Любая деталь имеет значение.

Успех книги во многом строится на её способности замаскировать переломные моменты под повседневность: диалоги, которые кажутся пустяковыми, случайные детали и отрывочные воспоминания. И вот тут-то, пользуясь нашей расслабленностью, автор и спускает курок того самого «чеховского ружья».

«То, о чем вам рассказывает писатель, в самом начале может показаться чепухой. Однако именно эта чепуха или спасает героя в финале, или распутывает клубок всех его проблем. Еще в китайских новеллах царит много несправедливости, из-за которой все страдают, а главные герои запросто могут умереть, защищая родных. Это особая специя в данной литературе, когда ты следишь за сюжетом и понимаешь, что никто там не вечен и в любой момент всему может прийти конец», – говорит российская писательница под псевдонимом Лин Нянян [3].

3. «Стекло» – виртуозная работа авторов с эмоциями читателя через создание напряженных, драматических и зачастую трагических ситуаций. Если персонажи счастливы и живут свою счастливую жизнь после череды несчастий и испытаний, то велика вероятность, что через пару глав произойдет что-то страшное.

«Специфика китайского сторителлинга – нагнетение и проживание максимально острых стеклянных моментов на протяжении долгого времени. Китайские писатели любят мучить персонажей. У меня сложилось впечатление, что наши авторы как-то мягче в подаче своих историй. Это не значит, что в наших произведениях не встретишь стекла – оно там, конечно, есть. Достоевский у нас в крови, никуда его не извлечешь. Но глубокое отличие ментальности и наших культур позволяет русским авторам найти больше точек соприкосновения именно с русскоязычным читателем», – подтверждает редактор Мария Руднева [3].

4. Значительную роль сыграли жанровые особенности, прежде всего сянся. Это направление, практически не представленное в таком виде в западной литературе, предложило читателю новую систему ценностей, конфликтов и отношений, основанную на даосской и буддийской философии, концепции судьбы и долга.

«Когда вы будете читать, то заметите: стоит только вмешаться в судьбу одной живой души, и все тут же перевернется с ног на голову. Мы можем считать это эффектом бабочки или думать, что так и было предусмотрено судьбой. Я долго рассуждала в голове, что будет, если поменять судьбы двух людей местами. Как изменится их отношение к жизни? Да и вообще, разве может одна душа повлиять на весь мир, где есть свои правила и реалии? Но узнаем это мы лишь по ходу сюжета», – рассказывает Лин Нянян [3].

С художественной точки зрения подобные произведения часто балансируют на грани между «каноном» и авторской интерпретацией. С одной стороны, читатель ожидает узнаваемой эстетики, определенного набора архетипов (ёкаи, драконы, небожители) и сюжетных ходов (интриги, перерождения, поиск пути). С другой стороны, успех, как и у любого другого произведения, зависит от способности автора предложить новое прочтение, вдохнуть жизнь в клише, как это делает, например, Анастасия Медведева, сочетая политический триллер и романтику в сеттинге, вдохновленном средневековым Китаем, в романе «Император желает услышать «Да».

Ключевую роль в популяризации произведений, конечно, сыграли и экранизации. Популярными дорамами («Истинная красота», «Младший сын семьи чеболя», «Зажигалка и принцесса», «Покорение дворца Яньси», «Люби меня, если осмелишься», «Три жизни, три мира: Десять ли персиковых цветков», «Удушающая сладость, заиндевелый пепел» и многие другие) и сериалы стали мощным трамплином для первоисточников.

Российская молодежь, увлеченная азиатской поп-культурой, готова потреблять контент в разных форматах, переходя от визуального ряда к текстовому и наоборот. Как уже упоминалось ранее, российские издатели, отмечая стабильно высокий спрос на такой контент, начали активно выпускать новеллизации – художественные адаптации сценария или сюжета популярной медиапродукции. Такая стратегия позволяет минимизировать маркетинговые риски: оригинал уже известен, это служит гарантией узнаваемости, и, соответственно, уже сформирована определенная аудитория. Яркими примерами успешных проектов такого рода являются книжные версии дорам «Гоблин. Романтическое заклетье» (Ким Ынсук, Ким Суён), «Король: вечный монарх. Зов судьбы» (Ким Ынсук, Ким Суён) и т.д. Эти издания, как правило, занимают видное место в специализированных разделах «К-литература» или «Азиатская литература». С точки зрения верстки, подобные книги обладают рядом характерных особенностей. Их дизайн и визуальное оформление часто стилизованы под эстетику дорамы – используются кадры из сериала, портреты актеров, шрифты в стиле дорамы и цветовые решения.

Особого внимания заслуживает работа редактора и переводчика в рамках подготовки изданий современной восточной литературы. Главная задача – найти баланс между адаптацией текста для русского читателя и сохранением уникального культурного кода. Это касается передачи реалий (например, специфики обращений и иерархии, юмора, названий еды и т.д.), особенностей речевого этикета и культурных коннотаций. Избыточная адаптация, «обеливание» текста, приводит к утрате его аутентичности и того самого колорита, который привлекает читателя. Недостаточная – создаёт барьер для понимания. Поэтому необходимо не просто поверхностно разбираться в культуре страны, а понимать её. Как показывает практика, успешными оказываются проекты, где над переводом и редакцией работают специалисты-востоковеды, способные адекватно передать атмосферу оригинала, заинтересованные авторы или редактор в связке с заинтересованным переводчиком нужного языка.

Выводы. Таким образом, успех корейской и китайской литератур на российском рынке является закономерным результатом действия нескольких факторов: глобального роста влияния восточноазиатской культуры, эффективной медийной поддержки (дорамы, сериалы) и широкого жанрового разнообразия, отвечающего запросам современной, прежде всего молодой, аудитории. Выявление особенностей этих «литературных волн» и механизмов их адаптации полезно для определения издательских стратегий, поскольку позволяет максимально точно и эффективно воплощать ожидания целевой аудитории,

сохраняя при этом аутентичность и культурную ценность оригинального текста. Издатели практикуют новеллизацию, адаптируя популярные дорамы в виде текста издания с дизайном и визуальным оформлением в стиле экранизаций; используют литературную мимикрию, формируя круг российских авторов, погруженных в мир восточной культуры и пишущих в стиле популярной корейской и китайской литературы; редактируют оригинальные тексты в процессе подготовки перевода так, чтобы сохранить заключенный в нем уникальный культурный код.

Список литературы:

1. Выпуск переводной литературы. 2024 г. (01.01.2024-31.12.2024) // Статистика печати. – Российская книжная палата. – URL: https://www.rsl.ru/photo/!_ORS/7-RKP/3statistics/2024/knigi/god/4_2024_god.pdf (дата обращения: 21.02.2026).

2. Выпуск переводной литературы. 9 месяцев 2025 г. (01.01.2025-30.09.2025) // Статистика печати. – Российская книжная палата. – URL: https://www.rsl.ru/photo/!_ORS/7-RKP/3statistics/2025/knigi/9mes/4_9_m_2025.pdf (дата обращения: 21.02.2026)

3. Как российские авторы переосмысливают китайские новеллы // ЭКСМО: сайт. – URL: <https://eksmo.ru/articles/kak-pereosmyslivayut-kitayskie-novelly-10-23-ID15659779/> (дата обращения: 21.02.2026)

4. О чем пишут корейцы: гид по современной корейской литературе. Социальная повестка и «исцеляющая» проза, манхва и фантастика // Реальное время: сайт. – 22 июня 2024. – URL: <https://realnoevremya.ru/articles/311352-o-chem-pishut-koreysy-gid-po-sovremennoj-koreyskoj-literature> (дата обращения: 21.02.2026)

5. Осетрова, М.Е. «Я – Виктор Цой»: путеводитель по современной корейской литературе / М.Е. Осетрова // Горький медиа: сайт. – 8 ноября 2021. – URL: <https://gorky.media/context/ya-viktor-tsoj-putevoditel-po-sovremennoj-korejskoj-literature/> (дата обращения: 21.02.2026)

6. Почему российские авторы пишут книги в азиатском сеттинге? // Читай Город: сайт. – URL: https://www.chitai-gorod.ru/articles/pochemu_rossiyskiye_avtory_pishut_knigi_v_aziatском_settinge-5655 (дата обращения: 21.02.2026)

7. Современная литература из Южной Кореи: 10 отличных книг, которые стоит прочитать // Livelib: сайт. – URL: <https://www.livelib.ru/articles/post/84082-sovremennaya-literatura-iz-yuzhnoj-korei-10-otlichnyh-knig-kotorye-stoit-prochitat/> (дата обращения: 21.02.2026)

8. Цой, И.В. Южнокорейская литература на российских книжных полках (обзор основных литературных трендов по состоянию на конец 2024 – начало 2025 г.) / И.В. Цой // Сборник научных статей. – 2025. – С. 263-272

9. Что почитать? Азиатское фэнтези от русскоязычных авторов // Мир Фантастики: сайт. – URL: <https://www.mirf.ru/blog/chto-pochitat-aziatskoe-fentezi-ot-russkoyazychnyh-avtorov?ysclid=mi9cxs50lr99859357> (дата обращения: 21.02.2026)

АЛГОРИТМ РАБОТЫ РЕДАКТОРА ПРИ СОЗДАНИИ ДЕТСКИХ РАЗВИВАЮЩИХ ИЗДАНИЙ КРАЕВЕДЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Костенко Ирина Вячеславовна,
старший преподаватель

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

Фикс Варвара Ильинична,
студентка направления подготовки «Издательское дело»
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна
Федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

Аннотация. Готовя к публикации новое издание, редактор проводит серьезную работу. Редакционно-издательский процесс включает в себя множество действий. Существуют исследования работы редактора над детской литературой, которая, как известно, требует особого подхода из-за ее влияния на формирование личности ребенка. Изучив методики редактирования, мы выяснили, что в них детские издания представлены как обобщенная группа, несмотря на то что виды изданий для детей разнообразны и требуют специализированного подхода. В связи с этим, мы приступили к созданию алгоритма работы редактора с таким специфическим видом издания для детей, как развивающее. Также мы выбрали его тематическую направленность – краеведческую. Спроектировав алгоритм, мы применили его на практике в разработке серии изданий для детей «Твои планы на лето».

Ключевые слова: алгоритм работы редактора; издания для детей; детские развивающие издания краеведческой направленности; методика редактирования; интерактивные элементы издания; редакционно-издательский процесс; подготовка издания.

Annotation. While preparing a new edition for publication, the editor is doing serious work. The editorial and publishing process involves many actions. There are studies of the editor's work on children's literature, which, as you know, requires a special approach because of its impact on the formation of a child's personality. After studying the editing techniques, we found out that they present children's publications as a generalized group, despite the fact that the types of publications for children are diverse and require a specialized approach. In this regard, we have started to create an algorithm for the editor's work with such a specific type of publication for children as educational. We also chose its thematic focus – local history. Having designed the algorithm, we put it into practice in the development of a series of publications for children "Your plans for the summer".

Key words: editor's work algorithm; children's publications; children's educational publications with a local history focus; editing methods; interactive elements of the publication; editorial and publishing process; publication preparation.

Постановка проблемы. Детские издания – это особая группа изданий, при работе с которыми следует помнить про важность их целевого назначения: формировать интеллектуальные и нравственные качества юного читателя. Изучая методику редакторской работы, мы обратились к работам исследователей в области издательского дела. Известный отечественный редактор А.Э. Мильчин называет «главной заботой редактора» всесторонний анализ содержания и формы предназначенного к изданию произведения. Он выводит следующие задачи редактора как организатора издательского процесса: помощь автору в совершенствовании содержания и формы издания, организация сбора необходимой в издательской деятельности информации, участие в выборе актуальных тем, поиск авторов, отбор качественных рукописей, организация

процесса обработки этих рукописей на пути их превращения в книги [11]. С особым вниманием необходимо работать с изданиями, которые предназначены детям. Белорусская преподавательница и исследовательница Д.П. Зылевич в учебнике «Редакторская подготовка изданий для детей» пишет: «работа редактора детской литературы – это сложнейшая профессиональная деятельность, требующая от специалиста знания не только собственно детской литературы и специфики ее редактирования, но и возрастной психологии, педагогики...» [7].

Издания для детей разнообразны и каждое направление подразумевает специфику работы с ним, однако в исследованиях методики редактирования виды изданий обобщаются. Исследователи сосредоточены на особенностях детской психологии и различии восприятия в зависимости от возраста ребенка, при этом они не выделяют или только поверхностно упоминают специализацию редакционно-издательского процесса в зависимости от типологии издания. Важно обозначить, что детские издания разделяются на художественные и развивающие так же, как издания для взрослых на беллетристику и нон-фикшн. Мы считаем, что необходимо специализировать подход к редактированию максимально подробно. Это позволит учесть все особенности изданий, их назначение и влияние на становление личности ребенка.

Изложение основного материала. По данным ГОСТа, издание для детей и юношества – это «издание, содержащее произведение художественной литературы или познавательного характера, предназначенное для читателей до 18 лет и отличающееся особым художественным и полиграфическим оформлением» [6]. Термин указывает на видовое и жанровое разнообразие детских изданий. На это есть и указания в практически всех исследовательских работах, на которые мы ссылались ранее.

Так, кроме изданий художественных, выделяют вид развивающих изданий. Их главная функция – развитие представлений читателя об окружающем мире. Как правило, это научно-популярные и научно-художественные произведения [8]. Социальный заказ, принятые в обществе воспитательные стандарты влияют на тематическую направленность, которая определяет характер предмета литературы. Тематика отражает различные стороны жизни общества и оказывает воздействие на нравственное и интеллектуальное развитие ребенка [1]. Мы считаем важным выделить тематическую направленность изданий, т.к. она влияет на методику редакционно-издательского процесса.

Например, развивающее издание краеведческой направленности выполняет социально значимую функцию развития в ребенке интереса к путешествиям и познанию нового, формирования ответственного отношения к родной природе, уважения к своей стране. Поскольку в профессиональной литературе данный термин не встречается, мы проанализировали особенности такого издания и составили собственное определение.

Детское развивающее издание краеведческой направленности – это вид изданий, предназначенных детской аудитории, целевым назначением которых является знакомство читателя с реальными явлениями окружающего мира и популяризация фактической информации по направлению краеведения, то есть развитие читателя через знания о конкретном регионе, его культуре и природе. По критерию читательского адреса издание характеризуется как детское, по виду издания как развивающее, по тематической направленности как краеведческое.

Мы выбрали для исследования детские развивающие издания краеведческой направленности, планируя к изданию серию книг подобного типа. Из-за обобщения изданий для детей в методологических исследованиях, нам было недостаточно данных о влиянии специфики подобных изданий на редакционно-издательский процесс. Мы посчитали важным специализировать подход, поэтому разработали алгоритм работы редактора над детским развивающим изданием краеведческой направленности из девяти пунктов. Рассмотрим каждый из них.

Первый этап – планирование публикации. Он начинается с выбора актуальных тем. Для этого редактор должен знать состояние книжного рынка, его сегменты и ниши, социальный заказ, потребности читателей. Этап включает следующие действия:

- изучение рынка,
- анализ актуальности планируемого издания,
- выбор темы,

– формирование концепции издания.

В соответствии с выбранным кругом тем на втором этапе нужно найти автора, который сможет написать книгу, увлекательную для детей. В зависимости от темы автором может быть как ученый или популяризатор науки, так и писатель художественной прозы. При оценке рукописи редактор должен одновременно увидеть произведение с точки зрения ребенка и выявить в нем потенциал для развития маленького читателя. Редактор подбирает подходящую рукопись или ищет автора, с которым проводит переговоры о создании текста, подходящего под запланированную концепцию. Вместе с автором редактор участвует в отборе материала, выбирая те научные факты, которые будут включены в текст издания.

На третьем этапе редактор определяет типологию издания и характер информации – научно-популярный или художественно-популярный, читательский адрес, от которого будет зависеть объем текста, его оформление и средства художественной выразительности. Важно определить функции издания. Можно выделить как основные следующие функции развивающих изданий краеведческой направленности:

- информативная (читатель получает информацию о регионе, его природе и культуре);
- развивающая (издания развивают интерес к путешествиям и изучению нового, получению новых знаний);
- познавательная (издания помогают в познании реального мира, природы и общества);
- организационная (интерактивные элементы изданий помогают в организации досуга);
- воспитательная (издания укрепляет систему ценностей читателя);
- систематизирующая (издания систематизирует знания читателя).

Четвертый этап – собственно редактирование. Редактору следует учитывать двойственную природу текста, в котором научная тема передается через призму художественного восприятия. В произведении должен быть выражен развивающий аспект. Редактор оценивает понятность и достоверность текста. При работе с терминами нужно следовать определенным принципам. Например, развивать мысль от простого к сложному, переходить от уже известных читателю понятий к новым. В издании для детей не следует перегружать текст терминами. Этот этап работы включает в себя следующие действия:

- редактор отмечает, что в рукописи требует авторской доработки, и автор улучшает текст;
- редактор получает итоговый вариант рукописи;
- проводится анализ научности и художественности текста;
- редактор проверяет понятность текста читателю нужного возраста;
- редактор проверяет достоверность изложенных в тексте фактов, проводит фактчекинг.

На пятом этапе редактор занимается композицией издания. Для простоты восприятия рекомендуется дробная структура. Надо поработать над стилем текста, особенно если его автор – ученый, а не писатель. Популярная литература должна в первую очередь прививать читателю тягу к познанию. Следовательно, она должна быть интересной. Мы можем предложить несколько советов по структурированию издания:

- дробная структура оптимально подходит для детского восприятия;
- абзац не должен быть больше 10 строк;
- вопросительные предложения лучше выносить в отдельный абзац;
- не следует разделять научные и художественные элементы текста, потому что в развивающих изданиях художественные приемы служат передаче научного знания.

На шестом этапе для повышения запоминаемости можно вынести часть информации в дополнительный текст. Редактор формирует вступительную статью, предисловие, послесловие, а также выделяет ключевую информацию. Дети лучше воспримут и запомнят небольшие блоки информации, вынесенные из основного текста и выделенные с помощью цвета, шрифта, изображения. Эффективны элементы комикса для выделения фактов.

На седьмом этапе пора заняться иллюстрациями. Редактор должен найти художника, который создаст изображения, раскрывающие авторскую мысль. Иллюстрационный материал должен сопровождать ключевые моменты текста. Не следует оставлять развороты без иллюстраций, они должны быть расположены равномерно и быть в едином стиле. Если предполагается создание маршрута по описанному региону, то объекты должны быть узнаваемыми. При этом следует помнить о том, что издание является развивающим, а не справочным, и одна из функций иллюстраций – развитие воображения читателя.

Восьмой этап посвящен созданию интерактивных элементов издания. Интерактивность – взаимодействие читателя с иллюстрациями или заданиями, тематически связанными с текстом. Не следует превращать развивающее издание в сборник заданий, но в умеренном количестве они помогут закрепить полученные знания на практике, тем более что у детей велика потребность в игре и в выплескивании впечатлений. Читатель сможет дольше оставаться в связи с книгой, использовать ее в путешествии, особенно если добавить карту с маршрутом по территории, которой посвящена книга.

Последний этап – работа над оформлением. Оно должно быть продуманным, подкрепляющим общее впечатление от текста. Необходим баланс между яркостью и стилем. Важно понимать отличие оформления и содержания детского издания от книг для взрослой аудитории и его причины. При макетировании и верстке следует помнить о требованиях, выдвигаемых для печатной продукции, предназначенной детям. Это не отменяет творческого подхода к созданию необычного, выделяющегося издания.

Этот алгоритм мы применили на практике при работе с серией детских развивающих изданий краеведческой направленности «Твои планы на лето».

При анализе рынка детских изданий о Крыме мы не обнаружили изданий, формат и содержание которых предполагало бы не художественное произведение, а увлекательно и доступно написанное и при этом насыщенное информацией о регионе. На наш взгляд, повлиять на решение актуальной в наше время задачи популяризации Крыма как туристического региона могли бы детские развивающие издания краеведческой направленности. Их главная задача – дать детям-читателям яркое впечатление о Крыме, которое повлияет на их восприятие региона и сделает их будущими потенциальными туристами [9]. Таким образом, мы выявили нишу и сформировали концепцию серии изданий о разных аспектах природы полуострова. Первые темы серии: водные ресурсы и горы. Сейчас в разработке находятся книги о животных и растениях региона.

При выборе автора мы отдали предпочтение копирайтеру из Крыма, умеющему писать популярные статьи и ведущему блог о путешествиях. Мы составили требования к рукописи и провели переговоры с автором. Совместно мы выбрали научно-популярный характер информации, а не художественно-популярный, т.к. целевая аудитория – дети школьного возраста (читательский адрес: 6+). Это позволило сделать текст более насыщенным фактами. После первого прочтения рукописей мы вернули их на доработку.

После приема произведения мы установили, что типология издания и его функции соответствуют запланированным в концепции. Мы провели фактчекинг, проанализировали доступность информации возрасту.

При работе над структурой мы поделили текст на рубрики, оценили соответствие заголовков содержанию, жанру текста и его замыслу. Например, рубрикация издания «Горы Крыма» включает в себя следующие рубрики:

- «Горы Крыма»,
- «Внешняя гряда Крымских гор»,
- «Внутренняя гряда Крымских гор»,
- «Главная гряда Крымских гор»,
- «Горы-знаменитости».

На этапе работы с дополнительным текстом мы приняли решение выделять заголовки, подзаголовки и задания. Были введены предисловия, чтобы объяснить читателю концепцию издания и возможности взаимодействия с ним.

Мы отобрали иллюстрации, предоставленные автором. В зависимости от темы издания (вода или горы) мы использовали цветные акварельные иллюстрации и черно-белую графику. Первый блок иллюстраций лучше передает природные особенности

водных пейзажей, а второй выполняет задачу по развитию воображения читателя и позволяет ему взаимодействовать с изданием. Так мы ввели иллюстрации-раскраски.

Также издание включает задания и кроссворды. Мы использовали несколько видов рисованных заданий: лабиринты, поиск пары, поиск лишних или выделяющихся элементов, выбор предметов (например, определение того, что может пригодиться в работе геолога в книге «Горы Крыма»), интерактивное рисование. Все задания связаны с текстом по смыслу, и проходя их, читатель не только развивает логическое мышление, смекалку и наблюдательность, но и лучше воспринимает информацию из текста, т.к. тут же применяет ее на практике. В издании есть карта, где читатель может отметить маршрут своего путешествия. Мы использовали дополнительные элементы в виде цветных дорожек и следов, чтобы издание воспринималось как развлекательное, а не учебное.

При макетировании и верстке мы учитывали требования к издательской продукции для детей и постарались сделать книги легко читаемыми, красочными и стильными. В работе над обложками мы придерживались минимализма и стремления к узнаваемости. Книги должны отличаться, при этом сохраняя принадлежность серии.

Выводы. В итоге были спроектированы две книги из серии «Твои планы на лето», в работе с которыми мы применили разработанный алгоритм, проверили его удобство и жизнеспособность. Алгоритм работы с детскими развивающими изданиями краеведческой направленности может помочь редактору подобрать актуальную тему, провести успешную работу с автором и довести до выпуска в печать уникальное издание, которое станет значимым фактором популяризации региона среди детской читающей аудитории.

Список литературы:

1. Антонова, С.Г. Редакторская подготовка изданий: Учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков, О.В. Коланькова, Б.В. Ленский, Н.З. Рябинина, В.И. Соловьев; под общ. ред. Антоновой С.Г. – М.: Издательство МГУП, 2002. – 468 с.
2. Арзамасцева, И.Н. Детская литература: учеб. для студентов высш. и сред. пед. учеб. заведений / И.Н. Арзамасцева, С.А. Николаева. – М.: Академия: Высш. Школа, 2005. – 576 с.
3. Белова, И.Л. Дизайн детской полиграфической продукции в развитии визуальной культуры детей / И.Л. Белова, А.А. Удалова, И.С. Козлова // Проблемы современного педагогического образования. – 2022. – № 75-3. – С. 53-56
4. Бойко, В.В. Особенности редакционно-издательской подготовки краеведческой литературы о Крыме / В.В. Бойко // Научный вестник Крыма – 2019. – № 3. – С. 1-8
5. Бусова, Е.А. Детские издания в контексте современных инноваций (на примере интерактивных книг для детей школьного возраста) / Е.А. Бусова // Информация и общество, 2024. – С. 83-84
6. ГОСТ 7.0.60-2020. Издания. Основные виды. Термины и определения. – Введ. 18.09.2020. – М.: Стандартинформ, 2020.
7. Зылевич, Д.П. Редакторская подготовка изданий для детей: учеб. для студентов специальности «Издательское дело» / Д.П. Зылевич. – Минск: БГТУ, 2012. – 210 с.
8. Карайченцева, С.А. Книговедение: литературно-художественная и детская книга. Издания по филологии и искусству: учебник / С.А. Карайченцева. – М.: МГУП, 2004. – 423 с.
9. Костенко, И.В. Анализ рынка детских развивающих изданий о Крыме / И.В. Костенко, В.И. Фикс // Информация и общество, 2025. – С. 61.
10. Мжельская, Е.Л. Современное книгоиздание для детей: учеб. пособие / Е.Л. Мжельская. – М.: МГУП им. И. Федорова, 2011. – 122 с.
11. Мильчин, А.Э. Методика и техника редактирования текста / А.Э. Мильчин. – М.: Книга, 1972. – 320 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНТЕНТА В СМИ: ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Красюк Александр Вячеславович,
студент

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Херсонский государственный педагогический университет» (г. Скадовск);

Зубко Дарья Валерьевна,
кандидат филологических наук, доцент
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Херсонский государственный педагогический университет» (г. Скадовск)

Аннотация. На современном этапе развития общества возникает необходимость в разработке, усовершенствовании существующих механизмов защиты прав на интеллектуальную собственность – авторских прав. К утверждённым ранее законодательным актам на уровне государства, международных соглашений добавились совершенно иные. Телевидение и социальные медиа как мегапроизводители и распространители контента значительно подвергаются риску обвинения в плагиате. Это налагает обязательства для организаций, отдельных интернет-пользователей обладать знаниями в области права при публикации / трансляции материалов.

Ключевые слова: DRM-система, Антиплагиат, Роскомнадзор, Арбитражный суд, Гражданский Кодекс РФ, водяные знаки, Content ID, Creative Commons, Open Access, электронно-цифровая подпись.

Annotation. At the present stage of society's development, there is a need to develop and improve existing mechanisms for protecting intellectual property rights – copyrights. To the previously approved legislative acts at the state level and international agreements, completely different ones have been added. Television and social media, as mega-producers and distributors of content, are significantly at risk of being accused of plagiarism. This imposes obligations on organizations and individual Internet users to have knowledge of the law when publishing/broadcasting materials.

Key words: DRM system, Anti-plagiarism, Roskomnadzor, Arbitration Court, Civil Code of the Russian Federation, watermarks, Content ID, Creative Commons, Open Access, electronic digital signature.

Постановка проблемы. Цифровизация коренным образом изменила жизнь человека. По своему содержанию, Интернет является информационно-телекоммуникационной сетью. Она подразумевает создание, распространение и хранение информации вне зависимости от местонахождения интернет-пользователя. Однако действия злоумышленников предполагают осуществление корыстных целей по отношению к медиапродукту. Встает вопрос о внедрении, эффективном использовании и усовершенствовании имеющихся механизмов защиты авторских прав [5].

Данная работа ставит целью изучение понятия авторского права в контексте его использования при создании продуктов медиа. Объектом исследования является законодательная база, межгосударственные соглашения Российской Федерации относительно авторского права на интеллектуальную собственность в сфере медиапроизводства. Предметом исследования выступают данные архивов Арбитражных судов, социальных медиа, рассматривающих текущие вопросы. В качестве инструмента исследования использован метод контент-анализа.

Изложение основного материала. Впервые в истории Закон об охране авторских прав был принят в 1474 году в Венеции.

Среди международных договоров об авторском праве, которые признает РФ, можно выделить Бернскую конвенцию по охране литературных и художественных произведений (1886 г.); Всемирную конвенцию об авторском праве (1952);

Международную конвенцию об охране прав исполнителей, изготовителей фонограмм и вещательных организаций (1961 г.), которая охраняет материалы лишь эфирного вещания; Договор по авторскому праву Всемирной организация интеллектуальной собственности (1996). Он предусматривает установление международных правил в отношении решения проблем, связанных с развитием информационных технологий, учитывает степень их влияния на создание, распространение художественных произведений. Неотъемлемым элементом текущего договора есть и свободное распоряжение автором результатами своего труда, представление их на всеобщее обозрение всеми доступными методами и техническими средствами; Договор по правам интеллектуальной собственности в отношении торговли (1994). Охраняет право на интеллектуальную собственность (в том числе и в глобальной сети); Договор относительно компьютерных программ (1996) – правовая защита программных продуктов в сети.

Эти положения позволяют говорить о защите авторских прав в любой нише творческой деятельности, в том числе и сети Интернет. Особыми нормами права регулируется авторское право в сети Интернет [1]. Незаконное использование, распространение, изменение публикаций в сети предусматривает ответственность в виде штрафов, уголовной ответственности согласно закону «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (от 27.07.2006 N 149-ФЗ). В дополнение к этому ответственность за нарушения предусматривают Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (от 30.12.2001 № 195-ФЗ); Уголовный кодекс Российской Федерации (от 13.06.1996 № 63-ФЗ), Гражданский кодекс Российской Федерации.

Отдельным инструментом для этого могут послужить технические средства защиты авторского права (Digital Rights Management – DRM). Они включают набор электронных программ, которые обеспечивают неизменность медиапродукта, сохранение данных об авторе, невозможность использования не по назначению. В качестве примера можно привести и водяные знаки (визуальный элемент, который добавляется на изображение или документ для указания авторства, защиты авторских прав или подтверждения подлинности), электронно-цифровую подпись (цифровой аналог обычной рукописной подписи), знак копирайта (©) (символ показывает, что материал защищён авторским правом) [2]. Лицензирование; Creative Commons и Open Access (форматы использования материалов автора только при определенных условиях); услуга Content ID (блокировка контента при выявлении нарушения в использовании); пароли на файлы – также действенные способы защиты авторских прав. Среди информационных программ выделяют Watermarking, Антиплагиат, Blockseer, iCopyright, ContentGuard. Роскомнадзор и Национальный антипиратский центр являются ведущими органами по контролю прав на интеллектуальную собственность в России. В итоге, защита авторских прав способствует экономическому развитию страны. Основанием этому утверждению есть следующие факторы: авторы получают стимул к дальнейшему созданию своих произведений, улучшается качество, увеличивается объем выпускаемой продукции, создается конкуренция по выпуску лучшего контента. Продвижение товара на медиарынке ведет к извлечению прибыли для его создателя: продажа контента, авторских прав, лицензии на его использование, договоренности с организациями о распространении материалов [4].

Во избежание судебных разбирательств, которые могут наступить вследствие подобных действий, нужно придерживаться ряда правил: проверять, получать письменное разрешение автора на использование материалов; ссылаться на источник при публикации контента; публикация медиапродукта, на который не распространяется право интеллектуальной собственности. Наиболее безопасный вариант – использование собственных произведений для представления общественности.

Свойства и детали объектов авторских прав позволяют различать два совершенно разных типа произведения (аудио/видеозапись). Значительная часть судебных исков предполагает рассмотрение дел о нарушении авторских прав в области аудиопроизведений. Однако выяснение прав на интеллектуальную собственность на аудиовизуальное произведение также не редкость в судебной практике. Выстроенные в логической последовательности изображения с сопровождением/без сопровождения

звука – основные компоненты аудиовизуального произведения, предназначенного для трансляции на адаптированных к этому технических устройствах. Рассматривая судебное дело на предмет авторства этого типа контента, первоначально ссылаются на использование ст. ст.1240, 1263 Гражданского Кодекса РФ. Данный медиапродукт – сложный объект. Это объясняется наличием в его составе трех соавторов: режиссера-постановщика, автора сценария, композитора. При этом следует разграничивать понятия «аудиовизуальное произведение» и «видеозапись». Последнее (в большинстве случаев) не предусматривает каких-либо творческих элементов экранизации, поэтому в Российской Федерации не охраняется Законом «Об авторском праве и смежных правах» (ст. ст. 30 и 31). К объектам смежных прав можно отнести сообщение телепередачи, аудиовизуальные, музыкальные и иные произведения, право интеллектуальной собственности, на которые принадлежат третьим лицам. Особенности производства контента данного типа состоят в неординарном подходе в подаче материала конечному потребителю. Задействованы лица, производящие видеосъемку с места события, организация вещания, транслирующая сообщение конечному пользователю. Право на смежные права на сообщения телепередач принадлежат организациям вещания, имеющим юридический статус и лицензию на осуществление телерадиовещания. Вещание в сети не обеспечивает там действие лицензии согласно российскому законодательству. Этот фактор способствует созданию официальных источников вещания, а использование ими социальных медиа – лишь дополнительный инструмент в привлечении целевой аудитории. Следует учитывать ограниченность в функционировании телерадиовещателей иностранного происхождения на территории нашей страны согласно Закону о СМИ. Также необходимо руководствоваться информацией: международных соглашений в отношении принятия единого стандарта по производству программ нет [3].

Распространенными явлениями нарушения авторского права можно назвать: пиратство, хакерство, распространение поддельных товаров.

Для раскрытия вопросов, связанных с установлением авторского права на произведения социальных медиа и телевизионного производства, исследованы материалы архивов Арбитражных судов. Выборка составила 17 судебных дел (Табл. 1).

Таблица 1

**Судебные производства и их результаты в сфере телевидения и новых медиа.
Составлено автором на основании данных архива Арбитражных судов**

<i>Судебное разбирательство, год</i>	<i>Истец</i>	<i>Ответчик</i>
2012	ФГУК «ВГТРК» ¹	ООО «ВКонтакте»
2012	АНО «Сибирский Медиацентр» ²	ЗАО «Авангард»
2012	ЗАО «Правда.Ру» ³	ЗАО «РУТЬЮБ»
2021	ИП N ⁴	АО «Телекомпания НТВ»
2000	ООО «Киностудия Новый Одеон» ⁵	ЗАО «ТНТ-Телесеть»

¹ Судебные споры по нарушению интеллектуальных прав. Досье // ТАСС. Режим доступа: <https://tass.ru/info/1478371>

² Седьмой Арбитражный Апелляционный суд. Постановление от 29 июня 2009 года Дело N А45-23073/2008 // Архив решений арбитражных судов и судов общей юрисдикции. Режим доступа: <https://sudrf.cntd.ru/document/818920803?ysclid=mhwi0h846t639172716>

³ Федеральный Арбитражный суд Московского округа. Постановление от 23 апреля 2012 года Дело N А40-42674/2011 // Электронный архив решений арбитражных судов и судов общей юрисдикции Консорциума «Кодекс». Режим доступа: <https://sudrf.cntd.ru/document/454876988>

⁴ Астролог-хиромант v. НТВ («Чрезвычайное происшествие») // Юридическое бюро Полякова. Режим доступа: <https://www.npolyakov.ru/astrolog-xiromant-v-ntv-chrezvychajnoe-proisshestvie/>

⁵ Федеральный Арбитражный суд Московского округа. Постановление от 12 апреля 2000 года Дело N КА-А40/1426-00 // Архив решений арбитражных судов и судов общей юрисдикции. Режим доступа: <https://sudrf.cntd.ru/document/780500900?ysclid=mhwnchwmxf683272342>

2021	Кредитный потребительский кооператив «N» ⁶	АО «Телеканал 360»
2017	ООО «N» ⁷	ООО «Общественное телевидение Югры»
2005	ООО «РПК Город» ⁸	ООО «Хладомастер»
2016	ОАО «Телерадиокомпания «Петербург» ⁹	Центр мониторинга и анализа СМИ «Смимонитор»
2013	ОАО «Первый канал» ¹⁰	«Экспресс газета»
2014	Хозяйственное партнерство «КиллФиш товарный знак» ¹¹	ОАО «Телекомпания НТВ»
2015	Блогер Сергей Мухамедов ¹²	ОАО «Телекомпания НТВ»
2015	Блогер Илья Варламов ¹³	«ГТРК-Омск»
2011	ООО «Бизнес Контакт» ¹⁴	ОАО «Первый канал»
2010	ИП Васильева Т.Г. ¹⁵	ОАО «ТВ Центр»
2002	Найчук О.В., Эль-Муалль ¹⁶	ЗАО «Телекомпания «ВИД»
2017	Производитель йогурта АО «L» ¹⁷	ОАО «Первый канал»

⁶ Кооператив v. Телеканал 360 // Юрическое бюро Полякова. Режим доступа: <https://www.npolyakov.ru/kooperativ-v-telekanal-360/>

⁷ Компания v. телевидение Югры // Юрическое бюро Полякова. Режим доступа: <https://www.npolyakov.ru/kompaniya-v-televidenie-yugry/#more-1535>

⁸ РПК «ГОРОД» в суде отстояла свои авторские права на собственные мультфильмы // Общественно-деловое издание dela.ru/. Новости бизнеса Красноярска, события в общественной и политической жизни города. Режим доступа: <https://dela.ru/news/krsk/6764/?ysclid=mhwmwvzmm268926540>

⁹ Центр мониторинга и анализа СМИ «Смимонитор» выиграл дело по иску ОАО «Телерадиокомпания «Петербург» о защите авторских прав // Независимый частный ресурс. Режим доступа: https://report.ru/pressreleases/centr_monitoringa_i_analiza_smi_smimonitor_vyigral_delo_po_isku_oao_teleradio_kompanija_peterburg_o_zashite_avtorskih_prav/?ysclid=mhw1rfv8qh440706876

¹⁰ ВАС не пересмотрит спор по иску "Экспресс газеты" к "Первому каналу" // Российское агентство правовой и судебной информации (РАПСИ). Режим доступа: <https://rapsinews.ru/arbitration/20130131/266254429.html?ysclid=mhw6v4fh2a777358906>

¹¹ КиллФиш vs НТВ // Юрическое бюро Полякова. Режим доступа: <https://www.npolyakov.ru/killfish-vs-ntv/>

¹² НТВ придется выплатить компенсацию блогеру Мухамедову // Информационный портал медиасообщества Северо-Западного региона. Режим доступа: <https://lenizdat.ru/articles/1127821/?ysclid=mhw0zon4mn990067527>

¹³ Суд взыскал с "ГТРК-Омск" 280 тыс руб по иску блогера Варламова // Российское агентство правовой и судебной информации (РАПСИ). Режим доступа: <https://rapsinews.ru/arbitration/20151022/274810129.html?ysclid=mhw29tefp285116252>

¹⁴ Суд отказал правообладателю фильма "Обитаемый остров" в иске к "Первому каналу" // Право.ру – российская компания, владелец тематического интернет-издания, разработчик справочно-правовой системы и специализированного программного обеспечения для работы с материалами судебной практики. Режим доступа: <https://pravo.ru/news/view/46300/?ysclid=mhw2pterhq911337709>

¹⁵ "ТВ Центр" проигнорировал жалобу актрисы Т. Васильевой в 9ААС // Российская компания, владелец тематического интернет-издания, разработчик справочно-правовой системы и специализированного программного обеспечения для работы с материалами судебной практики. – Режим доступа: <https://pravo.ru/news/view/36736/?ysclid=mhw5vtp5gs363546126>

¹⁶ Оксана Найчук – биография, новости, личная жизнь // Биография, информация, личная жизнь известных политиков, артистов, актеров, спортсменов, моделей, знаменитостей. Режим доступа: <https://stuki-druki.com/authors/naychuk-oksana.php>

¹⁷ Производитель йогурта v. Первый канал // Юрическое бюро Полякова. Режим доступа: <https://www.npolyakov.ru/reputation/iski-k-telekompaniyam/>

Основными причинами, по которым организации, отдельные лица обращались с иском в суд, становились нарушения их авторских прав по следующим нормативно-правовым актам (Рис. 1):

- 1) ст. 152 Гражданского кодекса (далее ГК) РФ – защита чести, достоинства, деловой репутации;
- 2) ст. 1270 ГК РФ – исключительное право на произведение;
- 3) ст. 1252 ГК РФ защита исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности;
- 4) ст. 1229 ГК РФ – исключительное право на результат интеллектуальной деятельности;
- 5) ст. 1274 ГК РФ – свободное использование произведения в информационных, научных, учебных или культурных целях;
- 6) ст. 1301 ГК РФ – ответственность за нарушение исключительного права на произведение;
- 7) ст. 13 закона РФ «Об авторских и смежных правах» – авторское право на аудиовизуальные произведения;
- 8) ст. 30 закона РФ «Об авторских и смежных правах» – передача имущественных прав, авторский договор.

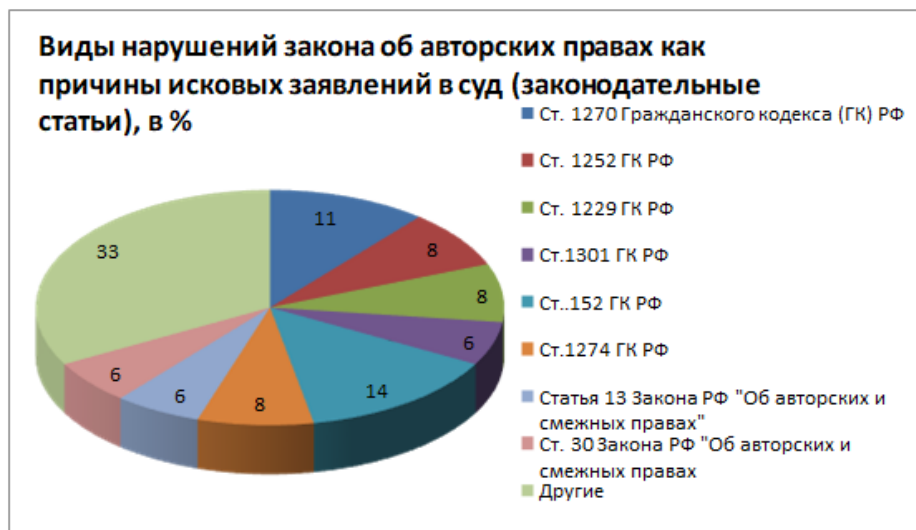


Рисунок 1. Основные нарушения законов об авторских правах как причины исковых заявлений в суд. Составлено автором

Анализ архива избранных судебных дел демонстрирует высокий уровень юридической ответственности телеканалов при подаче контента своей аудитории (Рис. 2). Имеющиеся проблемы использования продуктов медиа других авторов учитываются руководством канала во избежание совершения подобных ошибок. Так, последующие на него иски в суд других оппонентов (или тех же) характеризуют полное соблюдение норм законодательства. Это приводит к отказу истцам (истцам) в удовлетворении требований. Исключение в приведенных примерах составляет ОАО «Телекомпания НТВ». Бдительность блогеров (люди, ведущие блог в интернете, где публикуют контент на определенную тематику) относительно нарушения их прав на творчество со стороны телеведущего отображает для последнего финансовые потери (решение суда в пользу Сергея Мухамедова, 2015 год).



Рисунок 2. Рейтинг успешности исковых заявлений, в %. Составлено автором

Выборка судебных разбирательств также свидетельствует о следующих финансовых показателях – размерах материальной, моральной компенсации за исследуемые периоды (Рис. 3).



Рисунок 3. Общая сумма взысканий в пользу истца по исследуемым материалам судебных дел., в долларах США. Данные расчетов согласно среднему курсу валюты за каждый исследуемый в отдельности год¹⁸. Составлено автором

Выводы. На основании проведенного исследования можно сделать выводы о том, что, несмотря на значительные нарушения пользователями законодательства в области авторского права (пиратство, хакерство, массовое копирование и распространение), телевидение демонстрирует высокий уровень юридической ответственности при подаче материала целевой аудитории. Темы защиты чести, достоинства, деловой репутации; исключительного права на произведение – количественно преобладают среди судебных дел по правам на интеллектуальную собственность. Федеральный закон «Об авторском праве и смежных правах», законы Гражданского, Уголовного кодекса, Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», международные договоренности, в которых состоит и Россия – главные источники знаний в области регулирования прав на интеллектуальную собственность. Цифровизация экономики представляет медиапроизводителю контента использование множества других различных ресурсов: технические средства защиты (DRM), электронно-цифровая подпись, знак копирайта, услуга Content ID, лицензирование, сервис «Антиплагиат» и др. Среди контролирующих госструктур – Роспотребнадзор, Национальный антипиратский центр.

Список литературы:

1. Беспалая, Д.В. Тенденции в защите авторского права в сети Интернет / Д.В. Беспалая // Беларусь в современном мире: материалы XXIII Междунар. науч. конф., посвящ. 103-й годовщине образования Белорусского государственного университета. – Минск, 2025. – С. 581-585. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=82467189> (для зарегистрированных пользователей)

2. Бузова, Н.В. Проблемы судебной защиты авторских и смежных прав и подсудности дел о нарушении прав в Интернете / Н.В. Бузова // Труды по интеллектуальной собственности. – НИУ «Высшая школа экономики», 2021. – Т. 37,

¹⁸Курсы валют Центрального Банка РФ. Режим доступа: <https://mainfin.ru/currency/cb-rf/date>

№ 1-2. – С. 251-265. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48042028> (для зарегистрированных пользователей)

3. Викторов, О.В. Защита авторского права в сети Интернет / О.В. Викторов // International Law Journal. – 2023. – Т. 6, № 4. – С. 189-194. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54081791> (для зарегистрированных пользователей)

4. Охлопкова, У.В. Региональное продюсерское телевидение: особенности реализации и ключевые драйверы / У.В. Охлопкова // Вопросы медиабизнеса. – 2024. – Т. 3, № 4. – С. 17-24. – DOI: 10.24412/3034-1930-2024-0250

5. Сокольникова, А.Ю. Региональное продюсерское телевидение: кейс медиакомпаний НВК «Саха» / А.Ю. Сокольникова // Теория журналистики: от традиционного газетоведения до современного медиазнания: Сборник материалов Студенческих научных чтений / под общей ред. В.Ф. Олешко. – Екатеринбург, 2023. – С. 313-316

УДК 316.356.2:004.738.5

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ И ИХ ТРАНСФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Кушнер Евгения Николаевна,
магистрант

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Херсонский государственный педагогический университет» (г. Скадовск);

Зубко Дарья Валерьевна,

кандидат филологических наук, доцент
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Херсонский государственный педагогический университет» (г. Скадовск)

Аннотация. Данная работа исследует воздействие социальных сетей на изменение семейных ценностей в контексте цифрового общества. Изучаются главные тенденции преобразования классических брачно-родственных представлений вследствие онлайн-взаимодействия и современных технологических решений. Проводится обзор концептуальных подходов к вопросу воздействия интернет-платформ на специфику внутрисемейного взаимодействия и понимание ролей между родственниками. Установлены центральные элементы, обуславливающие преобразование взглядов на брачный союз, материнство с отцовством и родственные обязательства в актуальных общественных условиях. Предложена классификация благоприятных и неблагоприятных результатов применения социальных сетей для разнообразных граней домашнего существования. Доказана актуальность нахождения равновесия между виртуальным и действительным взаимодействием ради поддержания крепких родственных уз. Обозначены перспективные векторы последующих научных изысканий в сфере технологического преобразования института домашней общности. Полученные выводы способны использоваться в деятельности консультантов по брачно-семейным вопросам и создании просветительских курсов.

Ключевые слова: семейные ценности, социальные сети, цифровизация, трансформация, коммуникация, семья, интернет, ценностные ориентации.

Annotation. This work examines the impact of social media on changing family values in the context of a digital society. The main trends in the transformation of classical marital and kinship concepts due to online interaction and modern technological solutions are studied. A review of conceptual approaches to the issue of the impact of Internet platforms on the specifics of intra-family interaction and understanding of roles between relatives is conducted. The central elements that determine the transformation of views on marriage, motherhood with fatherhood, and family obligations in current social conditions have been identified. The classification of favorable and unfavorable results of the use of social networks for various

facets of domestic existence is proposed. The relevance of finding a balance between virtual and real interaction for the sake of maintaining strong family ties is proved. The promising vectors of subsequent scientific research in the field of technological transformation of the institute of home community are outlined. The findings can be used in the activities of marriage and family counselors and in the creation of educational courses.

Key words: family values, social networks, digitalization, transformation, communication, family, Internet, value orientations.

Постановка проблемы. Современное общество переживает период интенсивной цифровой трансформации, которая затрагивает все сферы человеческой жизни, включая институт семьи. Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневного существования миллионов людей, что неизбежно отражается на характере семейных отношений и системе ценностных ориентаций. Традиционные семейные установки, формировавшиеся на протяжении столетий, подвергаются существенным изменениям под влиянием новых форм коммуникации и цифровых практик [2]. Молодое поколение, находящееся на этапе создания собственных семей, черпает информацию о семейной жизни преимущественно из цифровых источников, что формирует у них принципиально иные представления о браке и семейных отношениях по сравнению с предыдущими поколениями. Актуальность исследования данной проблемы обусловлена необходимостью понимания механизмов влияния социальных сетей на семейную сферу для разработки эффективных подходов к сохранению здоровых семейных связей в условиях цифрового общества. Научное осмысление процессов трансформации семейных ценностей позволяет выявить как потенциальные риски, так и новые возможности для укрепления семейных отношений в современных условиях [1].

Изложение основного материала. Семейные ценности представляют собой комплексную систему убеждений, норм и установок, которые определяют характер взаимоотношений между членами семьи и регулируют их поведение в различных жизненных обстоятельствах. Эти ценности включают представления о браке, родительстве, воспитании детей, распределении семейных обязанностей, формах взаимной поддержки и способах поддержания эмоциональных связей между поколениями. В традиционном понимании семейные ценности основывались на принципах стабильности, взаимной ответственности, уважения к старшим и приоритета семейных интересов над индивидуальными потребностями.

Браженская Н.Е. и Османов М.М. отмечают, что интернет-технологии оказывают существенное воздействие на традиционные моральные установки и изменяют восприятие супругами своих семейных обязанностей [3, С. 127]. Опосредованное общение через цифровые платформы постепенно вытесняет живой контакт между членами семьи, что приводит к ослаблению эмоциональных связей. Незнание интересов и потребностей близких людей усиливается из-за погруженности каждого члена семьи в собственное виртуальное пространство. Пренебрежение базовыми этическими нормами становится следствием анонимности онлайн-среды, что может переноситься и на реальные семейные отношения.

Бурмистрова М.А. и Егорова Е.А. акцентируют внимание на специфике формирования семейных ценностей у современной молодежи под влиянием социальных сетей [4, С. 114]. Молодые люди получают информацию о семейной жизни преимущественно из цифровых источников, что формирует у них искаженные представления о реальности брачных отношений. Социальные сети транслируют идеализированные образы семейного счастья, которые не соответствуют действительным условиям совместной жизни, что приводит к завышенным ожиданиям от партнера и последующим разочарованиям при столкновении с бытовыми трудностями.

Мосунова К.А. систематизирует возможности и угрозы, которые социальные сети создают для семейных связей [11, С. 7090]. К возможностям относится поддержание контактов с родственниками на расстоянии, совместное планирование семейных мероприятий, сохранение семейной истории через цифровые архивы, получение информационной и эмоциональной поддержки от других семей. Угрозы включают риск виртуальных измен, снижение качества живого общения, формирование цифровой зависимости и конфликты из-за разных взглядов на публичность личной жизни.

Цифровая трансформация семейных отношений проявляется в нескольких ключевых направлениях. Меняется характер внутрисемейной коммуникации, когда члены семьи, находясь в одном помещении, предпочитают общаться через мессенджеры, а не лично. Социальные сети создают иллюзию идеальных отношений у других пар, что формирует нереалистичные ожидания и провоцирует недовольство собственным браком. Происходит размывание границ между личным и публичным пространством, когда интимные моменты семейной жизни становятся достоянием широкой аудитории. Феномен цифровой зависимости приводит к тому, что один или оба супруга уделяют больше времени виртуальному миру, чем реальному взаимодействию с близкими людьми.

Профессиональная деятельность в эпоху цифровизации требует постоянного присутствия в сети, что приводит к стиранию границ между рабочим и личным временем [7, С. 107]. Современные специалисты вынуждены оставаться на связи даже дома, что сокращает время, уделяемое семье. Даже физически находясь в кругу близких, человек продолжает быть включенным в рабочие коммуникации через мессенджеры и социальные платформы. Эта тенденция особенно негативно влияет на семьи с маленькими детьми, когда родители присутствуют дома физически, но психологически остаются в рабочем пространстве.

Сетевая коммуникация создает новую информационную реальность, в которой успешность семьи измеряется количеством лайков и комментариев под семейными фотографиями, а не глубиной эмоциональных связей между её членами [8, С. 98]. Цифровые технологии меняют сами критерии оценки семейного благополучия, делая внешние проявления важнее внутреннего содержания отношений. Постоянный информационный поток формирует представления человека о различных аспектах жизни, включая семейные отношения, причем эти представления часто далеки от реальности.

Молодое поколение формирует принципиально новые представления о браке и семейной жизни, которые существенно отличаются от установок предыдущих поколений [9, С. 5]. Цифровые технологии предоставляют доступ к множеству альтернативных моделей семейных отношений, что расширяет представления о допустимых вариантах построения личной жизни. Однако эта свобода выбора одновременно создает неопределенность и затрудняет формирование устойчивых семейных связей. В условиях информационного изобилия молодым людям сложнее принять окончательное решение о создании семьи, поскольку всегда существует иллюзия наличия лучших вариантов.

Социальные сети открывают доступ к разнообразным образовательным ресурсам по вопросам семейной психологии, воспитания детей и построения гармоничных отношений [10, С. 13]. Семьи получают возможность обмениваться опытом, находить поддержку в сообществах по интересам и получать профессиональные консультации онлайн. Однако избыточность информации и противоречивость рекомендаций создают состояние тревожности и неуверенности в правильности собственных действий. Родители начинают сравнивать свою семью с другими, что порождает чувство неполноценности и стремление соответствовать навязанным стандартам.

Комплексное воздействие социальных сетей на семейные ценности предполагает принятие во внимание возрастных, общественных и этнокультурных характеристик домохозяйств [12, С. 172]. Интернет-платформы формируют современную область взаимодействия, где совершается переоценка устоявшихся родственных стандартов. Открытость приватного существования превращается в стандарт среди множества актуальных домохозяйств, при этом данное явление входит в противоречие с традиционным пониманием закрытости домашней сферы. Репрезентация благосостояния родственного круга через социальные сети зачастую расходится с действительностью, порождая феномен показного счастья. В рамках такого феномена внешние признаки процветания приобретают большее значение, чем истинные эмоции и контакты.

Воздействие социальных сетей на семейные ценности наиболее отчетливо выражается в области материнства и отцовства. Современные мать и отец сталкиваются с задачей регулировать онлайн-деятельность потомства, что порождает свежие варианты столкновений меж возрастными группами. Дети интерпретируют подобное регулирование как посягательство на индивидуальное пространство, тогда как старшее поколение тревожится касательно вероятных угроз интернет-окружения. Социальные

сети превращаются в ресурс сведений относительно возвращения младших членов семьи, однако параллельно генерируют напряжение посредством непрерывного сопоставления с иными родственными группами. Взрослые переживают беспокойство вследствие расхождения собственных детей с теми совершенными картинками, демонстрируемыми через социальные сети. Подобная ситуация провоцирует чрезмерные претензии и домашние разногласия.

Преобразование семейных ценностей в условиях цифрового общества определяется рядом стабильных направлений:

- модификация взглядов на супружескую преданность и уверенность в партнере применительно к виртуальным контактам с лицами иного пола;
- уменьшение роли непосредственного взаимодействия и его вытеснение электронными способами коммуникации;
- появление современных паттернов материнства и отцовства, обусловленных технологическим надзором за потомством;
- возникновение разногласий вследствие различающегося толкования рубежей конфиденциальности родственных данных;
- пересмотр важности коллективного досуга ради индивидуального потребления электронного наполнения.

Преобразование домашнего времяпрепровождения заслуживает отдельного рассмотрения. Прежде коллективное проведение досуга являлось значимым компонентом усиления родственных уз, однако сейчас отдых зачастую индивидуализируется. Каждый участник домохозяйства погружается в собственное онлайн-окружение, что провоцирует утрату общих увлечений и ослабление душевной привязанности. Явление совместной изолированности, когда люди телесно пребывают рядом, но психологически разобщены гаджетами, превращается в типичную особенность актуальных семей. Коллективный просмотр материалов либо включенность в родственные чаты не восполняют потерю живого контакта и совместных занятий в действительном мире [6].

Таблица 1

Сравнительный анализ влияния социальных сетей на семейные ценности

<i>Сфера родственных отношений</i>	<i>Благоприятное воздействие социальных сетей</i>	<i>Неблагоприятное воздействие социальных сетей</i>
Супружеские контакты	Перспектива непрерывного контакта на дистанции, оперативный информационный обмен, коллективное составление планов	Приукрашенные картины контактов, завышенные притязания, опасность виртуальных предательств, подозрительность
Связи между детьми и родителями	Передача опыта возвращения, получение образовательных материалов, надзор за безопасностью потомства	Давление общественных норм, беспокойство вследствие сопоставлений, разногласия из-за надзора
Коммуникация внутри семьи	Согласование поступков посредством групповых бесед, фиксация родственной истории	Вытеснение живых контактов перепиской, ухудшение качества взаимодействия, утрата душевной привязанности
Конфиденциальность домашней жизни	Усиление уз через открытость, хранение домашней хроники в электронном виде	Размытие рубежей индивидуального пространства, опасность нарушения секретности, столкновения из-за публикаций
Досуговая активность семьи	Коллективное наблюдение за материалами, родственные беседы и	Индивидуализирование отдыха, «коллективная изолированность», потеря общих

	объединения, получение развлекательного контента	увлечений и обычаев
Родственные обычаи	Перспектива сохранения обычаев на удалении, фиксирование происшествий	Формализирование обычаев ради публикации, утрата истинного значения родственных ритуалов

Изложенное исследование в табл. 1 раскрывает многогранное и амбивалентное воздействие социальных сетей на различные области домашнего бытия. Решающим обстоятельством выступает умение родственников намеренно контролировать применение современных технологических средств. Домохозяйства, где установлены ясные нормы касательно продолжительности нахождения в социальных сетях и первостепенности непосредственного взаимодействия, показывают высокую резистентность к отрицательным последствиям технологизации. Необходимо осознавать, что социальные сети представляют собой инструмент, при этом специфика влияния зависит от способа внедрения данных платформ в повседневность родственного коллектива.

Преобразование восприятия домашней конфиденциальности превращается в центральное русло модификации. Прежде родственное существование рассматривалось как закрытая область, непроницаемая для чужих людей, однако сейчас большинство супругов охотно распространяют детали личных контактов через социальные сети[5]. Данная ситуация формирует свежие проблемы, ведь открытость способна одновременно усиливать связи посредством приобретения поддержки знакомых и уничтожать их из-за интервенции сторонних лиц в домашние вопросы. Потребность в непрерывной репрезентации достижений и процветания порождает избыточное давление во взаимоотношениях и провоцирует столкновения среди партнеров.

Выводы. Выполненное исследование дает основание утверждать, что социальные сети существенно воздействуют на преобразование семейных ценностей в актуальных общественных реалиях. Данное воздействие обладает амбивалентной природой, которая объединяет перспективы усиления родственных отношений с опасностями их деградации и распада. Интернет-ресурсы преобразуют классические взгляды на брак, материнство и отцовство, домашнюю конфиденциальность и общее времяпрепровождение. При этом формируются современные способы внутрисемейной коммуникации, но параллельно разрушаются установившиеся паттерны контактов.

Решающим обстоятельством, обуславливающим специфику результатов применения социальных сетей в домашней среде, выступает умение родственников намеренно контролировать продолжительность нахождения в онлайн-среде. Важно также поддерживать первостепенность непосредственного взаимодействия перед электронным. Изменение семейных ценностей охватывает различные грани домашнего бытия. Серьезную тревогу провоцирует возникновение среди юношества искаженных представлений касательно брачно-родственного существования. Эти представления базируются на приукрашенных картинах, демонстрируемых через социальные сети.

Список литературы:

1. Аргылов, Н.А. Пандемия в медиапространстве Якутии: трансформация общественного сознания под воздействием СМИ / Н.А. Аргылов // Республика Саха (Якутия) и большие вызовы: социальное самочувствие, стратегии адаптации населения: колл. монография. – Новосибирск: «Наука», 2024. – С. 142-159
2. Аргылов, Н.А. Репрезентация темы феминизма в российском медиапространстве: авторы и сюжеты / Н.А. Аргылов, К.А. Храмцовская // Гуманитарный вектор. – 2024. – Т. 19, № 4. – С. 100-109. – DOI 10.21209/1996-7853-2024-19-4-100-109
3. Браженская, Н.Е. Трансформация семейных ценностей в условиях цифрового общества / Н.Е. Браженская, М.М. Османов // Образование и право. – 2021. – № 6. – С. 126-131
4. Бурмистрова, М.А. Влияние социальных сетей на формирование семейных ценностей у современной молодежи / М.А. Бурмистрова, Е.А. Егорова // Психолого-педагогические исследования – Тульскому региону: материалы III Регион. науч.-практ.

конф. магистрантов, аспирантов, стажеров (Тула, 18 мая 2023 г.) / редкол.: С.В. Пазухина [и др.]. – Чебоксары: ИД «Среда», 2023. – С. 13-15

5. Данченко, Т.В. Влияние интернета на формирование семейных ценностей личности / А.В. Жиенбаева, Т.В. Данченко, Л.В. Колбасина, Г.Я. Гревцева // Современная высшая школа: инновационный аспект. – 2024. – Т. 16, № 2 (64). – С. 110-116

6. Дизлайк, отписка: как социальные сети разрушают семейные отношения. – URL: <https://vfokuse.mail.ru/article/dizlayk-otpiska-kak-socialnye-seti-razrushayut-semeynye-otnosheniya-68680020/> (дата обращения: 14.02.2026)

7. Зубко, Д.В. Профессиональная коммуникация в эпоху цифровизации: компетенции, навыки, критерии / Д.В. Зубко, Ю.В. Клюев // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2022. – № 4. – С. 106-112

8. Клюев, Ю.В. Продвижение научного знания в условиях сетевой коммуникации / Ю.В. Клюев, Д.В. Зубко // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2020. – № 4. – С. 96-101

9. Купцов, В.И. трансформации семейных ценностей в условиях цифрового общества / В.И. Купцов // Молодежный научный форум: сборник статей по материалам CCLVI студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: «Международный центр науки и образования», 2024. – С. 4-7

10. Лесных, Е.С. Социальные сети их роль в формировании современных семейных ценностей / Е.С. Лесных // Научные исследования и технологический суверенитет в современном мире: сборник статей всероссийской (национальной) научной конференции. – Санкт-Петербург: Гуманитарный национальный исследовательский институт «Нацразвитие», 2025. – С. 12-15

11. Мосунова, К.А. Социальные сети и их роль в укреплении семейных связей: возможности и угрозы / К.А. Мосунова // Научный аспект. – 2024. – Т. 52, № 5. – С. 7088-7099

12. Старикова, Н.А. Влияние социальных сетей на семейные ценности / Н.А. Старикова // Образование и наука в современных реалиях: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары, 01 июня 2022 года. – Чебоксары: «Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2022. – С. 171-174

УДК 070

ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ КУРС ГАЗЕТЫ «КРЫМСКАЯ ПРАВДА»: НА МАТЕРИАЛАХ ИЗДАНИЯ 1991 Г.

Первых Диана Константиновна,

кандидат культурологии, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Котляров Денис Юрьевич,

аспирант кафедры журналистики

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. В статье рассматривается общественно-политическая направленность газеты «Крымская правда» на материале публикаций, в которых освещались подготовка и проведение референдума 1991 года. Рассматривая публикации издания за период с января по февраль 1991 г., авторы выявляют три признака политической позиции издания: подбор героев и спикеров, авторское присутствие в тексте, а также наличие специальной рубрики, посвященной референдуму. На основании результатов анализа выявляется пророссийский вектор редакции газеты.

Ключевые слова: «Крымская правда», газета, референдум 1991 г., политическая журналистика, печатные СМИ.

Annotation. The article studies the socio-political orientation of the newspaper “Krymskaya Pravda” on the material of publications covering the referendum of 1991. Examining the articles of the publication for the period from January to February 1991, the authors identify three signs of the political position of the publication: the selection of heroes and speakers, the author's presence in the text, as well as a special section dedicated to the referendum. Based on the results of the analysis, the pro-Russian course of the newspaper is determined.

Key words: “Krymskaya Pravda”, newspaper, referendum 1991, political journalism, print media.

Постановка проблемы. В марте 2026 года в Крыму отметят двенадцатую годовщину воссоединения с Россией. Однако курс на возвращение полуострова в состав Российской Федерации был задан задолго до этого, еще на референдуме о государственном и правовом статусе Крыма 20 января 1991 г., когда более 93% проголосовавших крымчан отдали свои голоса за присвоение Крыму автономного статуса.

Газета «Крымская правда» была одним из главных региональных изданий, освещавших события референдума. Журналисты посвящали большое количество публикаций его причинам и целям, широко освещали процесс подготовки мероприятия, а также ход и результаты голосования. В начале 1990-х годов тираж «Крымской правды» составлял около 300 тысяч экземпляров. Это позволяло газете не только активно влиять на информационную повестку Крыма, но и создавать ее.

Освещению референдума 1991 г. журналистами «Крымской правды» посвящена публикация Н.В. Яблоновской и С.В. Павлива [13]. Также историю и содержание газеты анализировали Д.К. Московчук [9], А.С. Васюк [3], Г.В. Лукьянова [8], Л.Г. Егорова [6], Д.К. Первых, Л.А. Орехова [10] и др. Однако с точки зрения политической ориентации издание изучено в недостаточной мере, чем и обусловлена цель нашей статьи – определить общественно-политическую позицию газеты «Крымская правда» в контексте освещения референдума 20 января 1991 г.

Изложение основного материала. «Крымская правда» является одной из старейших газет Крыма. Её основали 6 февраля 1918 года: тогда она называлась «Таврической правдой» и была печатным органом Таврического губернского комитета Российской социал-демократической рабочей партии. В период существования СССР издание было вверено сначала областному, а затем республиканскому комитету Коммунистической партии. В период подготовки к референдуму 1991 г. журналисты газеты, несмотря на официальный статус издания, активно выражали свою политическую позицию в репортажах, заметках и других материалах.

На референдум 1991 г. выносился следующий вопрос: «Вы за воссоздание Крымской Автономной Советской Социалистической Республики как субъекта Союза ССР и участника Союзного договора?». По мнению организаторов референдума, автономный статус Крыма позволил бы быстро и эффективно решать проблемы полуострова на местном уровне, а также влиять на курс развития республики. Если учесть, что после развала СССР «Крымская правда» станет независимым изданием, особенно важно определить, как в условиях образования новой страны формировался и сохранялся общественно-политический курс редакции.

Журналисты газеты активно освещали события референдума 1991 г. и ещё в 1989 г. размышляли о целесообразности придания Крыму статуса автономной республики. На страницах «Крымской правды» рассказывали об этапах подготовки к голосованию, более того: специально для освещения референдума была создана рубрика «Идём к референдуму». Например, в выпуске от 3 января 1991 г. была опубликована копия бюллетеня с инструкцией по голосованию [12, С. 3].

Некоторые из организаторов референдума опасались, что низкий уровень политической культуры населения и непонимание природы референдума может негативно повлиять на процент явки. По этой причине «Крымская правда» в одном из материалов разместила подробные правила проведения референдума, которые могли

разъяснить читателям нюансы голосования: кто может принять участие в референдуме, по каким правилам он проходит и как правильно отдать свой голос [11, С. 2].

При этом основную часть рубрики составляли тексты, в которых приводились аргументы экспертов, общественных деятелей и представителей рабочего класса. В материале «Накормит ли нас автономия?» находим комментарий инженера В. Ступаченко, рассуждавшего о политических преимуществах автономного статуса Крыма: избавления от продразвёрстки за счёт сохранения трети сельскохозяйственной продукции на территории полуострова, а также укрепления туристического потенциала региона: «Имея солидный потенциал хорошо развитого земледелия и животноводства (особенно в степных районах), Крым в состоянии обеспечить продовольствием своё 2,5-миллионное население, лечащихся и отдыхающих круглогодично в здравницах и миллионы приезжих в летний период» [4, С. 1].

Статья «К женщинам Симферополя» написана представителями женсовета Киевского района крымской столицы. В статье поднимаются темы языкового барьера, вопрос независимости полуострова и возможности самостоятельно решать внутренние проблемы республики при голосовании за автономию: «Самостоятельность Крыма – это главное условие для его всестороннего расцвета, а значит, и улучшения нашей с вами жизни и в целом экономики Крыма» [7, С. 1].

В рамках пресс-клуба журналисты «Крымской правды» регулярно публиковали интервью, мнения членов Крымского обкома Компартии Украины, Общественной Палаты Крыма, а также национальных диаспор полуострова и представителей различных организаций. В материале И. Дьякова «Скажем «ДА» автономии» руководитель проблемно-аналитической группы идеологической комиссии обкома партии А.А. Форманчук говорил о факторах, которые могут негативно повлиять на обретение Крымом автономии: «Значительная часть населения ещё не определила своей позиции. Не знает, что к чему. С этой категорией активно работают противники референдума, используют в своих целях политическое и правовое невежество людей. Мол, автономия будто бы нужна лишь представителям власти. Кое-кто якобы жаждет министерских кресел. Мы должны настойчиво внушать людям, что воссоздание государственности в интересах всех и каждого. Она нужна нам и нашим детям» [5, С. 2].

Заместитель начальника главного планово-экономического управления облисполкома В. Корниенко продолжает дискуссию и поднимает тему экономической неопределённости, которая пугает потенциальных голосующих. Он заверяет, что экономически автономия в Крыму возможна, а независимый статус окажет положительное влияние на экономику полуострова: «Автономная республика по правовому статусу находится почти на уровне союзной по большинству позиций. Поэтому Крым вполне может существовать самостоятельно. У нас создан мощный народно-хозяйственный потенциал. Основные производственные фонды промышленности, сельского хозяйства, строительства, связи оцениваются примерно в девять миллиардов рублей. Валовой национальный продукт составляет 11,4 миллиарда рублей. Это без учёта курортов» [5, С. 2].

В большинстве материалов издания эксперты выступают в поддержку референдума 1991 г. и автономии Крыма, объясняют преимущества такого статуса: «Республиканское (то есть крымское) законодательство будет иметь верховенство по всем вопросам, за исключением отнесённых к ведению Союза ССР. Крымчане получают исторический шанс стать хозяевами на своей земле. В собственность Крымской АССР как субъекта Союза ССР могут перейти все государственные предприятия, находящиеся на территории Крыма, за исключением оборонных, союзного транспорта и энергетики» [4, С. 2].

Сам факт создания данной рубрики можно считать одним из признаков, по которым определяется политический курс издания. А преобладание такой позиции среди героев статей «Крымской правды» можно также интерпретировать как один из признаков проведения вполне понятной, определенной, политики редакции.

Говоря о точках зрения национальных диаспор, представленных на страницах издания, особый интерес вызывает статья-обращение к крымским грекам «Кто мы и откуда» заместителя председателя Областного греческого культурно-просветительного общества К. Апостолиди. В тексте кратко рассказывается об истории этого народа, а

также проблеме сохранения их культурного наследия: «Через развитие национальных культур, их взаимодействие и взаимообогащение лежит путь к взаимопониманию и взаимоуважению, что так необходимо нам сейчас. Наш народ уверен, что именно автономия облегчит нам этот путь. Поэтому он заявляет, что только Крымская Автономная Советская Социалистическая Республика на интернациональной основе как субъект обновлённой федерации и участник Союзного договора обеспечит полное равенство и свободное развитие всех народов, населяющих нашу крымскую землю» [12, С. 2]. Таким образом автор косвенно призывал читателей и представителей греческой диаспоры проголосовать на референдуме за автономию Крыма.

Это обращение позволило поднять на страницах газеты тему межнационального, межкультурного взаимодействия и опровергнуть аргумент о том, что автономия необходима только русскоязычному большинству Крыма. Таким образом журналисты «Крымской правды» вступают в своего рода полемику с противниками референдума – украинскими и крымскотатарскими националистическими организациями.

Этот тезис прослеживается и в других статьях. В материале «Скажем «ДА» автономии» также уделяется внимание противникам референдума и их методам агитации. Об этом подробно говорит руководитель пресс-центра обкома партии В. Козубский: «Да, националисты не сидят сложа руки. Готовится широкая акция по шефству руховцев из западных областей республики над крымчанами. Наверняка придут автобусы с «шефами». Формально они займутся распространением культуры. Все наши города закреплёны за «шефами». В числе противников референдума – Крымский народный фронт, ОКНД, Рух. Они объединились на антикоммунистической основе» [5, С. 2].

Кроме приглашенных экспертов, своё мнение в поддержку референдума и автономного статуса Крыма высказывают и сотрудники издания. Главный редактор «Крымской правды» В.А. Бобашинский, как и остальные члены журналистского коллектива, занимает активную пророссийскую позицию. Её можно отследить по лозунгам, которые размещали на страницах газеты. Например, в выпуске за 11 января 1991 г. находим следующие формулировки: «Воссоздание Крымской АССР – барьер ведомственному диктату!» и «Ваш выбор 20 января: расцвет республики или прозябание области?» [4, С. 1].

В репортажах с самого референдума также можно увидеть четкие проявления политической позиции журналистов. Корреспондент В. Шевченко в статье «Быть Крымской АССР» пишет: «Этот погожий солнечный день стал как бы знаменем того, что Крым ожидают с обретением автономии лучшие времена. С такой надеждой и уверенностью шли в избирательные участки многие евпаторийцы». А собственный корреспондент «Крымской правды» Б. Глинский в том же выпуске отмечает: «И лишь сегодня, когда жители высказались за республику, появилась надежда на реализацию новых социально-экономических возможностей такого провинциального города, как Феодосия» [2, С. 1].

Выводы. Учитывая долю русскоязычного населения Крыма, активные пророссийские настроения в крымском обществе, референдум о государственном и правовом статусе Крыма 20 января 1991 г. стал не только возможностью получить больший объём политических свобод, но и фундаментом для дальнейшего союза с Российской Федерацией и последующего возвращения в состав государства. Благодаря референдуму правительство Крыма получило возможность принимать собственные законы о языке, таким образом сопротивляясь насильственной украинизации полуострова, а также выстраивать выгодные взаимоотношения с Россией.

Из сплошного анализа материалов «Крымской правды» по теме референдума 1991 г. можно сделать вывод, что издание изначально в активной форме поддерживало как саму идею голосования, так и возвращение Крыму статуса автономии. Чтобы дать гражданам полуострова всеобъемлющую информацию о референдуме и убедить их проголосовать за автономный статус, в газете была создана специальная рубрика «Идем к референдуму».

В этой же рубрике выходили многочисленные материалы с приглашенными экспертами и общественными деятелями, которые также поддерживали референдум и объясняли, как голосование скажется на будущем Крыма в различных сферах жизни: от

промышленности до туризма. Таким образом «Крымская правда» стала платформой для сторонников референдума. При этом точка зрения противников голосования за автономный статус практически не была представлена на страницах газеты.

На протяжении всего периода нахождения Крыма в составе Украины «Крымская правда» бесстрашно носила «в шапке» подзаголовок: «Общественно-политическая независимая русская газета в Крыму. Известный крымский журналист и политик М.А. Бахарев (с 1982 г. – заведующий отделом, с 1986 г. – заместитель редактора «Крымской правды», а в 1995 г. и с 2010-2025 гг. – ее главный редактор, в своей книге «Мы вернулись к тебе, Родина!» (2020 г.)) так очертил позицию издания: ««Крымская правда» – открыто пророссийская газета, защищает интересы Российской Федерации, русских и русскоязычных граждан Украины на ее территории. Россия для нас – родина, а не зарубежье» [1, С. 234].

Эта позиция оставалась неизменной и далее. Посетив в июне 1999 года I Всемирный конгресс русской прессы, М.А. Бахарев написал статью с пророческим заголовком «Мы вернемся к тебе, Родина!». В ней он писал: «Мы обязательно вернемся к тебе, Родина! И вернемся не одни. Вместе с нами вернутся твои исконные земли, населенные не только русским, но и людьми других национальностей, которые почтут за счастье воссоединиться с процветающей Великой Россией» [1, С. 296]. Эта цитата исчерпывающе объясняет, почему члены редакции «Крымской правды» активно поддерживали референдум 1991 г. и автономный статус Крыма.

Список литературы:

1. Бахарев, М.А. Мы вернулись к тебе, Родина! / М.А. Бахарев. – Симферополь: Н. Оріанда, 2020. – 368 с.
2. Быть Крымской АССР // «Крымская правда». – 1991. – 22 янв. № 13. – С. 1.
3. Васюк, С.В. Политика воссоединения Крыма с Россией на страницах крымской прессы: специфика дискурсивных практик / С.В. Васюк // Общество: политика, экономика, право. – 2017. – № 3 – С. 26-30
4. Воссоздание Крымской АССР – барьер ведомственному диктату! // «Крымская правда». – 1991. – 11 янв. № 9. – С. 1.
5. Дьяков, И. Скажем «ДА» автономии / И. Дьяков // «Крымская правда». – 1991. – 6 янв. № 6. – С. 2.
6. Егорова, Л.Г. Тема экологии на страницах издания «Крымская правда» (2013-2015 гг.) / Л.Г. Егорова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2019. – № 3. – С. 100-110
7. К женщинам Симферополя // «Крымская правда». – 1991. – 19 янв. № 12. – С. 1.
8. Лукьянова, Г.В. Информационное поле развития этнического самосознания в Республике Крым (на примере газеты «Крымская правда») / Г.В. Лукьянова // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2015. – № 2. – С. 185-193
9. Московчук, Д.К. Спортивная проблематика в газете «Крымская правда» / Д.К. Московчук // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2015. – № 4. – С. 36-40
10. Орехова, Л.А. Газета «Красный Крым» к 150-летию со дня рождения Грибоедова: газетный текст и исторический контекст / Л.А. Орехова, Д.К. Первых // Культура и текст. – 2021. – №3 (46). – С. 60-69
11. Правила проведения референдума // «Крымская правда». – 1991. – 4 янв. № 4. – С. 2.
12. Сделайте правильный выбор // «Крымская правда». – 1991. – 3 янв. № 3. – С. 3.
13. Яблоновская, Н.В. Референдум 20 января 1991 года в освещении и истории крымских СМИ / Н.В. Яблоновская, С.В. Павлив // МедиаВектор. – 2023. – № 7. – С. 106-111

ДИСКУРС О ДЕГУСТАЦИИ ВИН: ТРАДИЦИОННЫЕ ЗНАНИЯ И СИМВОЛИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ

Пугачёва Виктория Олеговна,

исследователь этнокультуры, преподаватель культурологи
Финансово-экономический колледж (г. Симферополь)

Аннотация. В данной работе мы обращаемся к формированию дискурса о дегустации вин, в котором ключевым элементом является сложность интерпретации чувственного опыта и его описания. В статье отмечается, что концептуальная метафора, используемая в винном языке, предполагает понимание одной семантической области в терминах другой. Концептуальные ассоциации между областями считаются универсальными, однонаправленными и основанными на общем использовании. Однако концепция универсальности винного языка довольно противоречива, поскольку она не соответствует концепции культуры: разные культуры могут передавать одну и ту же реальность, используя разные метафорические источники, что вызывает сложность в описании дегустационного опыта. Отмечено, что винный дискурс в основе своей формируется метафорой, преобразующей сенсорные и эстетические качества в культурно значимые концепции, которые влияют на коммуникацию, оценку и вовлечение потребителей. Демонстрируется, как метафора связывает сенсорное восприятие и коммуникативную практику. Полученные результаты свидетельствуют как о потенциале, так и об ограничениях винной метафоры в контексте дегустационного дискурса (дискурса о вине), но тем самым подобная дихотомия имеет значение для установления единого винного языка с учетом культурных особенностей того или иного винодельческого региона. Обзор вносит свой вклад в изучение винной культуры, демонстрируя, как специализированный винный дискурс и его метафорическая терминология развиваются на стыке познания, культуры и коммерции, а также предлагает стратегии для более инклюзивной и эффективной глобальной коммуникации в области вина.

Ключевые слова: дегустация вина, винный язык, винный дискурс, метафора.

Annotation. In this paper, we address the complexity of forming a discourse about wine tasting, in which the key element is the complexity of interpreting sensory experience and describing it. The article notes that the conceptual metaphor used in the wine language presupposes understanding one semantic domain in terms of another. Conceptual associations between fields are considered universal, unidirectional, and based on common usage. However, the concept of the universality of the wine language is rather contradictory, since it contradicts the concept of culture: different cultures can convey the same reality using different metaphorical sources, which makes it difficult to describe the tasting experience. It is noted that wine discourse is basically formed by a metaphor that transforms sensory and aesthetic qualities into culturally significant concepts that influence communication, evaluation and consumer engagement. It demonstrates how metaphor connects sensory perception and communicative practice. The results obtained indicate both the potential and limitations of the wine metaphor in the context of tasting discourse, but thus such a dichotomy is important for the universalization of the translation of the wine language, taking into account the cultural characteristics of a particular wine region. The review contributes to the study of wine culture by demonstrating how specialized wine discourse and its metaphorical terminology are evolving at the intersection of cognition, culture and commerce, as well as suggesting strategies for more inclusive and effective global communication in the field of wine.

Key words: wine tasting, wine language, wine discourse, metaphor.

Постановка проблемы. Традиции, коллективный опыт, терруар, марочные вина – определения, которые составляют дегустационный язык винодельческих регионов. Рост осведомленности о традициях и представлениях о винодельческом культурном наследии в значительной степени трансформировался в XX веке. Начиная с виноградника как места проведения тематических (театрализованных) дегустаций винодельческих

сообществ и заканчивая анализом обрядов и обычаев в более широком социокультурном контексте.

С точки зрения методологии, исследование направлено на анализ дискурса в междисциплинарной перспективе, на стыке культурологии, антропологии, лингвистики и коммуникации, отталкиваясь от наблюдения, что вино и его дегустация связаны с идентичностью и мультикультурными подходами.

Дискурс, связанный со вкусом, играет важную роль, как с прагматической, так и с когнитивной точки зрения, в процессе дегустации вин, например, чтобы интересно представить продукт или придумать рекламу. Дегустация вина формирует субъективный опыт в рамках имитации вкуса, уникальность которого заключается в невозможности его идентичного повторения. Таким образом, язык вина или «винный» язык часто сильно отличается от субъективного восприятия, которое связано с сенсорными воспоминаниями, полученными в результате прошлых дегустаций. Следовательно, для того, чтобы рассказать о вине с разных точек зрения, нужно затрагивать связи, которые возникают у потребителя с продуктом. Немаловажным фактором здесь выступает культурное восприятие вина в междисциплинарной и межкультурной перспективе.

В рамках тематической дегустации вин вкус субъективен, и суждение каждого человека о нем соответствует его собственному «энологизму», то есть его индивидуальности как дегустатора. Процедура дегустации – это не только эстетический процесс, но и опыт объединения, который является частью идентичности потребителя. Таким образом, смыслы и ценности, связанные с понятием «дегустация вина», варьируются в зависимости от значений и представлений о «хорошем» вине, и сопровождается личными речевыми референциями.

Изложение основного материала. Вино как «социальный элемент» означает для дегустатора его принадлежность к цепочке отношений, связанных с удовольствием от процесса. Вино как «культурный элемент» представляет собой совокупность знаний, основанных на теме дегустации. Вино как «символический элемент» означает узнавание некоторых факторов, которыми потребитель может воспользоваться для подтверждения или изменения предыдущего опыта дегустации. Данные регулярные процессы переосмысления репрезентации вина основаны на концептуализации дегустации.

Сенсорный анализ фокусируется на внимании, одновременно стимулируя органы чувств (зрение, слух, обоняние, осязание, вкус) и открывая путь к гедонистическому опыту с помощью тактильного интерфейса, определяющего вино с точки зрения субъективности продукта. В то время как аналитическая фаза концентрируется на запоминании и соотносит идентификацию вкусов с культурой или типологией вин, само удовольствие от самовыражения во время гедонистической дегустации выражается с помощью вокабуляра, адаптированного к ощущениям и воспоминаниям. «Ценность вина, даже если у него слабая история и вкус, всегда может быть повышена благодаря формированию коммуникации и опыта совместного потребления, силе эмоций и ощущениям. Вино, воплощенное в языке, в обмене опытом, в наследии. Слова, моменты, эмоции, которые появляются в зависимости от речевой потребности. Именно так потребление вина обретает праздничную форму в повседневной жизни» [1].

Винный дискурс и формирование «винного» языка более всего развит во Франции, что является результатом экономической, культурной и социальной роли вина. Культурный аспект вина проявляется во французском языке, где существует множество пословиц и поговорок, иллюстрирующих (положительный или отрицательный) оттенок вина и его культурную значимость, о чем свидетельствуют следующие выражения:

- 1) Le bon vin réjouit le coeur de l'homme (Хорошее вино радует сердце человека);
- 2) Un repas sans vin est une journée sans soleil (Трапеза без вина – это день без солнца);
- 3) La vérité est dans le vin (Истина в вине);
- 4) Quand le vin entre, la raison sort (Когда вино входит, разум выходит).

Язык вина также эволюционировал от более технического и экономичного формата к формату, который фокусируется на аутентичности и культурном наследии. Социальное значение вина подчеркивает винный эксперт и журналист А. Домине: «Неотъемлемая часть национальной гастрономии, которая является выражением искусства жизни» [3]. Культурные аспекты вина породили особый тип дискурса, который

стал предметом значительных исследований. Французский винный дискурс отличается лексическим богатством. Такое богатство объясняется разнообразием терминов, используемых экспертами для описания ряда характеристик вина, включая его цвет, аромат, привкус и выдержку; высокой долей синонимов, например, пропорционален/гармоничен, резок/благороден; разнообразием и высокой распространенностью образных выражений, основанных на метафоре. Как утверждает профессор Университета Бургундии Мартина Шателен-Куртуа в своей книге «Мотивы вина и жизни», что «ни одна пища, кроме вина, не имеет такого тесного отношения к языку, это единственный продукт, который требует комментариев» [2].

Вино и язык имеют долгую историю, охватывающую тысячелетия, от древних надписей на терракотовых сосудах до современных онлайн-дегустационных заметок. Но, несмотря на эту богатую культурную историю, лексика, используемая для описания вина, чрезвычайно сложна и часто неточна. Такие термины, как «букет», «элегантность» или «минеральность», хотя обычно используются для обозначения определенных чувственных ощущений или качеств, могут, в свою очередь, иметь субъективный или метафорический оттенок, что затрудняет объективную ассоциацию.

Язык, используемый в винном дискурсе, также влияет на вероятность потребительского выбора и решения о покупке. Например, исследования винных экспертов-исследователей С. Мюллер и Д. Снольнки [7] и С. Мюллер, Л. Локшина, Л. Солтмана и Д. Блэнфорда [8], посвященные информации на обратной стороне винной бутылки, выявили влияние информации на покупательское поведение потребителей. Описание опыта от дегустации вина и информация о вине как культурном продукте оказали наибольшее влияние на принятие положительного решения о покупке. В основе этого влияния лежит то, насколько текст оказался значимым для потенциального покупателя, что привело к передаче и воплощению чувственных ощущений, описанных в дегустационных заметках.

По словам исследователя винного дискурса И. Суареса-Тосте [9], заметки о дегустации вин представляют собой описательные и «оценочные тексты, направленные на продвижение вина» потребителю. Формулируя заметки о вине, эксперты придерживаются строгой схемы, по которой они пишут. Этот специализированный жанр основан на коротком тексте, обычно состоящем из одного абзаца. В начале технического описания указывается название вина, год выпуска и производитель, сорт винограда или местность (терруар), где находится виноградник. Середина текста посвящена описанию оцениваемого вина с точки зрения дегустатора. Это отражает и передает чувственные впечатления, испытываемые автором при дегустации вина, с помощью описательного и оценочного языка, направленного на восприятие зрения, вкуса/обоняния и осязания.

Несмотря на лексическую насыщенность, жанр заметок о дегустации вин использует богатый образный язык в форме синестезии и метафоры, и в случае успеха он эффективно передает внутреннее чувственное восприятие, присущее дегустации вин. К. Бретонес [1], Д. Фельдман и С. Нараянан [4] утверждают, что это результат когнитивной организации телесного опыта. Профессор культурной и прикладной антропологии Н. Сереметакис говорит, что «сенсорное не только заключено в теле как внутренняя способность или мощь, но и рассеяно на поверхности вещей в качестве автономных характеристик последних, которые затем могут проникать в тело как перцептивное» [10]. Чтобы эффективно выразить разнообразные сенсорные свойства, возникающие при физической дегустации вина, метафора стала важным эвристическим инструментом в записях о дегустации вин, без которого наши когнитивные и коммуникативные потребности остаются неудовлетворенными. Однако каждый акт коммуникации или внешние сигналы, подобные тем, что содержатся в заметках о дегустации вин, могут способствовать сенсорному восприятию или ожиданиям потребителей только в том случае, если их предполагаемый смысл понятен целевой аудитории. Важно помнить, что на то, как обрабатывается язык, влияет физический и субъективный или личный опыт аудитории, связанный с социально-культурными влияниями и практиками.

Обработка и воплощение метафор, сильно зависят от физиологического опыта человека, связанного с социальными и культурными влияниями и практиками. Как подчеркивает профессор кафедры испанского и португальского языков Университета

Айовы. Р. Фрэнк [5], источником концептуализации является интеграция чьих-либо представлений и «социокультурной ситуативности». Профессор свободных искусств и наук М. Джонсон утверждает, что «смысл и ценность заложены в природе нашего тела и мозга, поскольку они развиваются в результате постоянного взаимодействия с различными сферами, которые имеют физические, социальные и культурные аспекты». Более того, у каждой культуры есть свой «сенсорный профиль», который может влиять на то, как люди мыслят и взаимодействуют. Следовательно, в межкультурной коммуникации может возникнуть недопонимание, даже если «два языка используют одну и ту же концептуальную метафору, потому что языковое выражение концептуальной метафоры в двух языках может следовать множеству различных моделей» [6]. Это может быть связано с тем, что исходные области не являются одинаково значимыми в разных культурах.

Исследование И. Уилсона и Ю. Хуанга [11], посвященное глобальному маркетингу вина, показывает, что стратегии маркировки и брендинга должны отражать традиционные культуры и ценности при маркетинге для азиатских потребителей. Это объясняется тем, что культура, привычки в еде и пищевые предпочтения тесно вплетены. Индивидуальное воплощение метафор и способ их обработки зависят от субъективного опыта человека, связанного с социокультурными влияниями и практикой. Хотя это и предполагает наличие фильтра для концептуальных метафор, лежащих в основе, это не делает культуры неспособными к пониманию множества точек зрения, способствующих межкультурному взаимодействию.

Выводы. Таким образом, в данной работе, посвященной исследованию винного языка, винных метафор и дискурса о вине (винного дискурса), раскрывается сложность многоуровневой структуры формирования винного языка в контексте рассуждения о винном дискурсе. Метафоры являются ключевыми инструментами в работе винных экспертов. Исследования показывают, что дискурс о вине подвержен влиянию и ограничению сложных физиологических, лингвистических и социокультурных взаимодействий. Влияние социокультурных факторов на интерпретацию винного языка и винных метафор в контексте дискурса о вине разных регионов заслуживает дальнейшего внимания, поскольку они обеспечивают основу для его концептуализации.

Список литературы:

1. Bretones, C.M. Synaesthesia: The feeling of words / C.M. Bretones. – Cognitive Psychopathology, 3. – 2005. – 59 p.
2. Châtelain-Courtois, M. Les mots du vin et de l'ivresse. / M. Châtelain-Courtois. – Paris: Belin. – 1984. – 122 p.
3. Dominé, A. Le Vin. / A. Dominé. – Paris: Éditions Place des Victoires. – 2005. – 187 p.
4. Feldman, J. Embodied meaning in a neural theory of language. / J. Feldman, S. Narayanan. – Brain and Language, 89. – 2004. – 392 p.
5. Frank, R.M. Introduction: Sociocultural situatedness / R.M. Frank. – In R.M. Frank, R. Dirven, T. Ziemke, & J. Zlatev. Body, language, and mind. – Vol. 2: Sociocultural Situatedness (pp. 1-7). – Berlin: Mouton. – 2008. – 7 p.
6. Johnson, M. The meaning of the body: Aesthetics of human understanding / M. Johnson. – Chicago/London: The University of Chicago Press. – 2007. – 141 p.
7. Mueller, S. On the bottle or inside the bottle? The relative influence of packaging, labeling, branding and sensory attributes on liking and purchase intent: Consumers differ in their responsiveness / S. Muller, G. Snolnoki. – Food Quality and Preference, 21 (7). – 2009. – 783 p.
8. Mueller, S. Message on a bottle: The relative influence of wine back label information on wine choice / S. Muller, L. Lockshin, Y. Saltman, J. Blanford. – Food Quality and Preference, 21(1). – 2010. – 32 p.
9. Suárez-Toste, E. Metaphor inside the wine cellar: On the ubiquity of personification schemas in winespeak / E. Suárez-Toste. – Paris: Éditions Place des Victoires. – 2007. – 98 p.
10. Sutton, D.E. Food and senses / D.E. Sutton. – Annual Review of Anthropology, 39. – 2010. – 223 p.
11. Wilson, I. Wine brand naming in China / I. Wilson, Y. Huang. – International Journal of Wine Marketing, 15 (3). – 2003. – 63 p.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОВЕТСКОГО ПРОШЛОГО В НОСТАЛЬГИЧЕСКИХ ОБРАЗАХ РОССИЙСКОГО ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА 1990-Х ГОДОВ

Саченко Эдуард Викторович,

магистр культурологии

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Мизрахи Мария Васильевна,

кандидат культурологии, доцент кафедры

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. В статье рассматриваются визуальные способы репрезентации советского прошлого в ностальгических образах российского изобразительного искусства 1990-х годов. Особое внимание уделено феномену ностальгии как источник становления культурной памяти и постсоветской идентичности. Анализируются художественные стратегии Ильи Кабакова, Эрика Булатова, Александра Косолапова, Юрия Аввакумова и Ольги Чернышевой, чьи работы демонстрируют различные подходы к культурной памяти, утопии и травме.

Ключевые слова: память, ностальгия, идентичность, советское прошлое, постсоветское изобразительное искусство.

Annotation. The article explores the visual representations of the Soviet past in the nostalgic images of Russian art from the 1990s. It pays special attention to the phenomenon of nostalgia as a source of cultural memory and the formation of post-Soviet identity. The article analyses the artistic strategies of artists such as Ilya Kabakov, Eric Bulatov, Alexander Kosolapov, Yuri Avvakumov, and Olga Chernysheva, who use different approaches to cultural memory, utopia, and trauma in their works.

Key words: memory, nostalgia, identity, the Soviet past, post-Soviet art.

Постановка проблемы. Понятие ностальгии впервые ввел ученый и врач Иоганн Хофер в 1688 г. Он исследовал симптомы лихорадки, глубокой тоски, недомогания у солдат, длительное время находившихся вдали от дома. Таким образом ученый выделил два греческих слова νόστος (nostos, «возвращение домой») и άλγος (algos, «боль»).

После распада СССР в 1991 году общество постсоветских стран оказалось в состоянии социальной и культурной неопределенности. Изменение политического устройства повлекло за собой разрушение прежней идеологии и повлияло на художественные практики периода 90-х. В данный период стало возможно переосмысление советского прошлого. Одной из актуальных тем становится ностальгия по ушедшей эпохе.

В современном гуманитарном знании понятие ностальгии не сводится исключительно к тоске по дому. Культуролог Светлана Бойм предложила классификацию, в которой выделила ностальгию реставрирующую (способна восстановить события прошлого) и рефлексирующую (отражает болезненные ощущения тоски и потери) [2].

Развитие неофициального искусства в СССР стало важным связующим элементом двух эпох, заложив основы для будущих радикальных преобразований. Оно не только продолжило авангардные традиции, но и сформировало основу для становления современного искусства в постсоветской России (Ерофеев А.). Художники, начавшие свою карьеру в 1970-1980-е годы, заняли ключевые позиции в новом художественном контексте. Так, Илья Кабаков, чьи произведения в 1970-е годы были известны лишь ограниченному кругу, в 1990-е обрел международное признание. Его инсталляции стали

метафорами освобождения от идеологических рамок, попыткой осмыслить советский быт и найти новые художественные формы [3].

Опираясь на опыт неофициального искусства СССР в 1990-е, на первый план вышли такие жанры как перформанс, инсталляция и видеоарт. Как говорил Леонид Бажанов «Художники находили себя в «московском концептуализме», кто в «авангарде», кто в «постмодернизме», кто уже полностью слился с «Западом». Начинается поиск русской идентичности, осмысления советского прошлого и новых реалий жизни, рефлексия советского периода и социально-экономических проблем. Однако новые свободы в искусстве не всегда находили понимание у широкой публики. Многие зрители, привыкшие к традиционным формам искусства, с трудом воспринимали экспериментальные работы. Это создавало определенный разрыв между художниками и аудиторией, который стал одной из характерных черт искусства 1990-х годов.

Изложение основного материала. Важным этапом переосмысления роли искусства в постсоветском обществе стало формирование новых художественных объединений и групп, например, группы «Инспекция «Медицинская герменевтика»», которая активно использовала иронию и абсурд для критики социальных и культурных изменений (Е. Бобринская). Группа «Синие носы» (1999) высмеивали советское прошлое и критиковали социальные, политические и культурные реалии современной России. Группа «Э.Т.И.» (1989) неоднократно становилась объектом скандалов из-за своих радикальных акций. Например, акция «Художник и милиция» привела к задержанию участников и широкому резонансу в СМИ. Как отмечает искусствовед Виктор Мизиано, «Э.Т.И. – это группа, которая показала, что искусство может быть не только объектом созерцания, но и инструментом социальной критики» (В. Мизиано) [6].

Илья Кабаков является одной из ключевых фигур в московском концептуализме и неофициальном советском искусстве. Широкую мировую известность получил в позднесоветский и постсоветский период. Художник известен работами с тотальной инсталляцией, где часто создавал отдельные миры. В своей практике Кабаков обращается к образам советской повседневности, исследуя темы времени, утопии и человеческого существования. Он активно использует текст, коллаж, живопись, скульптуру и бриколаж, прибегая к различным художественным стратегиям он формирует образы культурной памяти [3; 5].

Одним из сквозных мотивов в его творчестве становится тема пространства – как личного, так и общего. Особое внимание уделяется образу коммунальной квартиры и повседневной жизни в советском быту. Эти мотивы находят развитие в таких произведениях, как «На коммунальной кухне» (1991 г.), «Человек, улетевший в космос из своей комнаты» (1985 г.), «Туалет» (1992 г.), «Воспоминания о коммунальной кухне» (1992 г.). Как отмечает С. Бойм, «его произведения ностальгичны в самом буквальном смысле слова» [1]. Особую роль в вышеперечисленных работах играют коридор и кухня – места встреч жителей коммуналок, где расположены вещи общего и индивидуального пользования. Например, кухонные плиты, обеденные столы, посуда. Стены общих пространств используются как доски объявлений, на которых можно встретить обращение к сожителям – «просьба закрывать за собой дверь на кухню», «Алкоголь – здоровью враг!», «Расписания открывания форточки на кухне» [1; 3; 4].

Обобщенные образы коммунальных квартир, которые коснулись многих жителей советских республик отсылают к жизни в период СССР. Места общего пользования квартир, характерные предметы быта и мебели, наборы посланий на стенах способны вызвать чувство ностальгии у тех, чье детство прошло в стенах «уплотненного жилья».

Эрик Булатов – представитель московского концептуализма и соц-арта. В советский период художник работал книжным иллюстратором для заработка денег и возможности пользования собственной мастерской. В свободное от работы время он занимался личным творчеством, где исследовал темы государственности посредством официальной советской риторики и ограничений на стыке с внутренней свободой и миром без ограничений. В своих работах художник поднимает темы критики советской власти, его творчество можно рассматривать как диалог с постсоветской эстетикой. «Глубина и близость – самое главное во всех моих картинах. Из этого и возникает конфликт – между свободой и несвободой» (Э. Булатов) [8].

Художник часто использует текст в живописи – слова, слоганы и лозунги превращаются в визуальные барьеры, заслоняющие пространства реалистичных пейзажей. Шрифтовые композиции напрямую отсылают к эстетике советского плаката. Жирный шрифт, рубленные буквы часто выполнены в красных и белых цветах, что напоминает визуальные лозунги официальной агитации. Данный художественный прием Э. Булатов применяет в работах «Русский XX век I», «Вход – Входа нет» (1994-1995), «Живу Вижу» (1999), «Свобода есть свобода II» (1997), «Русский XX век III» [3; 4].

Работы Э. Булатова в постсоветский период наполнены диалогом с постсоветской эстетикой. Он продолжает работать с символикой советского агитационного плаката, который был частью визуальной повседневности советского жителя. Булатов использует образ рубленного высокого шрифта и яркий красный цвет. Данный шрифт берет свое визуальное начало в работах советских конструктивистов. При этом он добавляет элементы размышлений о советской идеологии и сложном восприятии наследия прошлого. Булатов работает с рефлексией на тему времени и событий послереволюционного времени. Таким образом его работы дают возможность почувствовать ностальгию по ушедшей эпохе и одновременно критически осмыслить советскую эпоху в новом контексте.

Александр Косолапов – российско-американский художник, один из ключевых представителей соц-арта. Работы художника строятся на иронии, совмещении противоречивых образов глобального потребления, массовой культуры, узнаваемой символики советской идеологии. Художник был частью неофициального искусства, однако из-за жесткой цензуры эмигрировал в США в 1975 г.

В исполнении Косолапова движение «соц-арта», соединяющее название «поп-арта» и социалистическое искусство, скрестило в себе распространенные марки американских брендов с широко известными советскими символами. В работе «Malevich Marlboro» 1993 г. на красно-белом фоне рекламы сигарет Marlboro художник размещает надпись «Malevich – sold here». Включение элементов западной поп-культуры подчеркивает контраст между утопической риторикой СССР и прагматикой капитализма. В данном аспекте считается ностальгия по ощущению времени, где страны запада казались недостижимыми.

Одной из центральных фигур в творчестве Косолапова является Ленин. В работах «Lenin-Coca-Cola» (1993), «Marlboro men: Lenin, Stalin» (1990) он предстает в контексте американской рекламы. Ленин здесь не просто историческая фигура, а икона утопического проекта, образ которой трансформировали в товар. Его образ способен вызвать ностальгию по идее, которая утратила свое содержание, став частью рыночного механизма.

Преобразование иконы идеологии в товар отсылает к постсоциалистической травме. Она заключается в утрате идеалов, разрушении идентичности, смешении и дезориентации ценностей. Работы с символами советского прошлого в контексте эстетики американского капитализма будто говорят об утрате возможного лучшего будущего.

Юрий Аввакумов – художник, архитектор выставок, куратор. Один из основателей бумажной архитектуры 80-х [9]. В работах Аввакумов использует чертежи, макеты, скульптуры. Его визуальный язык объединяет конструктивизм и символику утопического проекта.

В конце 80-х художник начинает серию работ «Временные монументы». Она посвящена архитектурным разработкам первой волны русского авангарда – работам Татлина, Лисицкого, Мухиной, Малевича. Аввакумов изобразил модернизированные проекты конструктивизма на листах советских газет «Правда» и «Советская Россия». В серию вошли работы «Летающий пролетарий» (1989-1994), «Трибуна спортсмена / Парламентария» (1998), «Красная галерея» (1989-1995), «Worker and Farmer International II» (1989-1998) [10].

Листы газет цитируют символику и эстетику позднего периода позднего СССР. На них встречаются тексты: «... Рубль стабилизировался. Теперь растёт безработица ... Слухи о банкротстве Эстонии сильно преувеличены, но ситуация крайне тяжелая» и т.д. [10]. Изображенные на газетах образы зданий представляют собой символы начала авангарда. В Советском Союзе символы играли особую роль как средство закрепления идеологических нарративов. Аввакумов сохраняет визуальный язык этих объектов –

масштаб, симметрию, строгие геометрические формы, но переосмысляет их. Они становятся, хрупкими, и в этом кроется эстетическая и концептуальная инверсия.

Многие сооружения в серии напоминают декорации к параду или трибуны, которые собираются и разбираются. Это отсылка к временам, когда советское пространство проектировалось как сцена для идеологического спектакля. Аввакумов работает с образом государства как режиссёра массового действия, а его архитектура – как сценография данной утопии.

Ностальгия и скорбь от несбывшихся идей молодого государства СССР выражена с помощью совмещения образов газет позднего советского времени и изображенными на них силуэтами смелых архитектурных идей авангарда.

Аввакумов работает не столько с памятью о конкретном времени, сколько с визуальной структурой этой памяти. Его искусство – это архив архитектурных фантомов, которые, будучи невозможными в реальности, стали возможными в пространстве художественного мышления.

Ольга Чернышева – художница, исследователь повседневной жизни общества. В творчестве художницы прослеживается пронизательная внимательность к повседневности людей, наполненной визуальными кодами и знаками постсоветской реальности.

Первой видео работой художницы стала «Сурок» (1999) [6]. Конспективное видео эссе, снятое на непрофессиональную камеру. Чернышева запечатлила социалистический митинг, где центральным персонажем является женщина, одетая в меха. На протяжении всего ролика она сосредоточенно роется в сумке, поправляет шарф, завязывает шапку. Периодически в руках героини появляется портрет Сталина. На заднем фоне виднеются красные плакаты с поддержкой социалистического уклада жизни.

Первоначальное название «Marmot» (рус. «сурок»), что в переводе означает сумку, с которой путешествует странник из детской песни. Она олицетворяет место хранения всего самого ценного для путешественника и заменяет ему дом, где все всегда стабильно. Лозунги на красном фоне, плакаты с изображением Сталина означают голос митингующих, которые хотят вернуть привычный образ жизни [11].

Вся картина вместе стала «очень человеческим и монументальным слепком эпохи» (А. Обухова), «Чернышевой движет «фантомная боль» по утраченной цельности общества» (В. Мизиано) [6]. Видео отражает, как чувствует себя человек, когда рушится империя – опоры выбиты из-под ног и он пытается ухватиться за привычные нарративы, в том числе идеологические. Работа отражает чувство ностальгии по советским временам, где было много стабильности и предопределенности.

Выводы. Ностальгия в постсоветском изобразительном искусстве 1990-х годов проявляется не как стремление к возвращению в идеализированное прошлое, а как сложный инструмент художественного анализа и рефлексии. Художники используют ностальгию как способ осмысления травмы, вызванной утратой идеологической целостности, разрушением культурных и социальных ориентиров. Рефлексирующая ностальгия становится доминирующей формой репрезентации, где художники дистанцируются от идеального прошлого и предлагают новые образы его переосмысления. Через обращения к повседневности советской эпохи, ее символической, эстетике агитационного плаката, архитектурным проектам авангарда художники формируют архив культурной памяти. В нем сочетаются личные воспоминания, утопические ожидания и критическое отношение к наследию. Творчество Ильи Кабакова, Эрика Булатова, Александра Косолапова, Юрия Аввакумова, Ольги Чернышевой и др. демонстрирует широкий спектр подходов, в которых советское прошлое осмысливается как миф, идеологический конструкт и визуальный материал. Художники вступают в диалог с советским прошлым и создают пространство для размышления о времени, памяти и идентичности. Таким образом, ностальгия становится не воспоминанием о хорошем времени, а способом критического взгляда на историю и механизм формирования новой постсоветской культурной идентичности.

Список литературы:

1. Бойм, С.Ю. Конец ностальгии? Искусство и культурная память конца века: Случай Ильи Кабакова / С.Ю. Бойм // Новое литературное обозрение. – 1999. – № 39. – URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/1999/39/boym.html>

2. Бойм, С.Ю. Будущее ностальгии / С.Ю. Бойм. – М.: Новое литературное обозрение, 2001. – 432 с. – (Библиотека журнала «Неприкосновенный запас»)
3. Деготь, Е. Русское искусство в XX веке / Е. Деготь. – М.: Ad Marginem, [б.г.]. – 272 с.
4. Деготь, Е. Московский концептуализм / Е. Деготь, В. Захаров. – М.: WAM, [б.г.]. – 144 с.
5. Кабаков, И. Диалоги / И. Кабаков, Б. Гройс. – М.: Библиотека московского концептуализма Германа Титова, 2010. – 348 с.
6. Мизиано, В. Прогрессивная ностальгия. Современное искусство стран бывшего СССР / В. Мизиано // Московский художественный журнал. – 2001. – № 28.
7. SotsArt: сайт. – URL: <https://www.sotsart.com/> (дата обращения: 19.03.2026).
8. Собака.ru. Раздел об искусстве: сайт. – URL: <https://www.sobaka.ru/entertainment/art/181213> (дата обращения: 19.03.2026)
9. Avvakumov.com. Персональный сайт Юрия Аввакумова: сайт. – URL: http://www.avvakumov.com/Yuri_AvvaKumov/Yuri_Avvakumov.html (дата обращения: 19.03.2026)
10. Vladey. Страница Юрия Аввакумов: сайт. – URL: <https://vladey.net/ru/artist/yuriy-avvakumov> (дата обращения: 19.03.2026)
11. VK Video. Видео «КЛАССНАЯ» ОТ СЛОВА «КЛАССИК». ИРИНА НАХОВА И ОЛЬГА ЧЕРНЫШЕВА: сайт. – URL: https://vkvideo.ru/video-9325174_456240388?t=59m2s (дата обращения: 19.03.2026)

УДК 339.138:004.8

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КРЫМСКИХ ПИСАТЕЛЕЙ

Савченко Любовь Васильевна,
доктор филологических наук, профессор
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна
Федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);
Брекун Валерия Романовна,
студентка 4 курса направления подготовки
«Реклама и связи с общественностью»
Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна
Федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь)

Аннотация. Статья посвящена анализу возможностей искусственного интеллекта и технологий персонализированного маркетинга в контексте продвижения литературных произведений крымских авторов. Цифровая трансформация книжного рынка создает новые условия для работы с региональной литературой, и данное исследование обращается к проблемам, с которыми сталкивается локальный литературный маркетинг. Описаны актуальные инструменты ИИ, рассмотрена специфика их использования применительно к культурному и географическому своеобразию полуострова. Статья завершается оценкой перспектив внедрения ИИ-инструментов в маркетинговую практику регионального книжного рынка.

Ключевые слова: искусственный интеллект, персонализированный маркетинг, продвижение книг, крымские авторы, книжная индустрия, системы рекомендаций, целевая реклама, цифровой маркетинг, региональная литература.

Annotation. This article analyzes the potential of artificial intelligence and personalized marketing technologies in the context of promoting literary works by crimean authors. The digital transformation of the book market is creating new conditions for working with regional

literature, and this study addresses the challenges faced by local literary marketing. It describes current AI tools and considers the specifics of their use in relation to the cultural and geographical uniqueness of the peninsula. The article concludes with an assessment of the prospects for the introduction of AI tools into the marketing practice of the regional book market.

Key words: artificial intelligence, personalized marketing, book promotion, crimean authors, book industry, recommendation systems, targeted advertising, digital marketing, regional literature.

Постановка проблемы. В России книжный рынок характеризуется высокой конкуренцией: крупные издательства и цифровые платформы («Литрес», «ЛитМаркет», «Строки») доминируют, а читатели все больше времени проводят в онлайн-пространстве. Современные авторы из Крыма, представляющие богатые культурные традиции региона, остаются почти незамеченными за пределами полуострова. Основные причины этого – ограниченные маркетинговые бюджеты, отсутствие систематизированного продвижения, удаленность от крупных рынков и стремление сохранить культурную уникальность. Местные книжные ярмарки и СМИ обеспечивают лишь ограниченный доступ к аудитории. Использование искусственного интеллекта и персонализированных технологий может снизить затраты и повысить точность таргетинга, но перспективы их применения к региональной литературе Крыма пока изучены недостаточно.

Изложение основного материала. Ведущий исследователь в области нейронных сетей Джейд Картер отмечает, что искусственный интеллект – это область компьютерных наук, которая занимается созданием систем, способных к выполнению задач, обычно требующих интеллекта человека [5, С. 7]. Эти системы могут обучаться, анализировать большие объемы данных, принимать решения и эффективно работать в различных сферах, таких как обработка естественного языка, стратегическое планирование, медицина, финансы и робототехника. В российской книжной отрасли активно внедряются такие технологии. Например, сервис «Литрес» использует нейросети для озвучивания книг, что позволяет выпускать в свет аудиокниги, которые ранее не могли быть озвучены из-за экономических ограничений [2].

Персонализированный маркетинг – это стратегия, использующая данные для создания индивидуального контента для каждого клиента [1]. В основе этой стратегии лежит искусственный интеллект, который анализирует большие объемы информации о поведении читателей. Согласно данным SEO-агентства, персонализированные рекомендации способны увеличить конверсию продаж на 15-35% [6]. Для крымских писателей такая динамика имеет особое значение. Их произведения нередко обращаются к морской тематике и многонациональному культурному наследию – это дает возможность формировать детализированные читательские портреты. Среди таких маркетинговых инструментов, целесообразных для продвижения крымских писателей, выделяется ряд факторов:

Во-первых, рекомендательные системы. Их следует рассматривать не просто как вспомогательный программный алгоритм, а как сложную многокомпонентную систему интеллектуального анализа данных. В их основе лежит осмысление данных и поведение пользователей [9]. Алгоритмы машинного обучения обрабатывают данные о покупках, просмотренных страницах и географическом положении пользователей (через Яндекс.Метрику и VK Ads с интегрированным ИИ), чтобы предлагать книги крымских авторов интересующимся схожими текстами. Например, читатель, увлекающийся произведениями о Черном море, может получить книгу Вячеслава Килесы. Однако у такого подхода есть недостатки:

– Эффект «эхо-камеры». В теории массовых коммуникаций «эхо-камера» – это метафора условий, где люди ищут информацию, подтверждающую их взгляды, и усиливающую убеждения [8]. Читатели, начавшие с морской лирики или крымско-татарских легенд, могут не увидеть другие аспекты крымской литературы, что ограничивает отражение культурного разнообразия региона.

– Проблема «холодного старта». Начинающие авторы редко попадают в рекомендации, так как у системы нет данных для определения их аудитории. В

результате известные имена продолжают набирать популярность, а новые авторы остаются незамеченными.

Во-вторых, генеративный искусственный интеллект (ГигаЧат, Шедеврум). Эти технологии позволяют создавать разнообразный контент для социальных сетей, email-рассылок, видео и аудио. Они автоматически генерируют несколько вариантов публикаций с разными акцентами. Например, продвижение детской книги можно адаптировать для родителей из Симферополя и туристов, рассматривающих Крым как место отдыха. Нейросети создают тексты (черновики постов, рерайты, рубрикаторы, идеи), изображения (растровые картинки, изменение изображений, примитивные макеты), видео (анимации, эффекты, персонажи, черновой монтаж) и аудио (имитация голоса, обработка аудио). Анализ эмоций с помощью ИИ помогает оценивать реакцию аудитории на произведения крымских авторов. Например, для аудиокниг нейросети подбирают тембры, соответствующие лирической поэзии о Ялте. Однако при использовании таких технологий важно учитывать возможные ошибки:

– Шаблонность и потеря уникальности. Генеративные модели часто создают «правильный», но лишенный авторской субъективности контент. Проблема «усреднения» контента напрямую связана с тем, как работают нейросети. В своей основе ИИ – это математическая модель, которая выбирает наиболее вероятные, статистически часто встречающиеся слова и образы. Для крымских авторов, чья сила заключается в уникальном языке и передаче атмосферы полуострова, такая «правильность» губительна. Вместо живого стиля писателя нейросеть использует стандартные рекламные шаблоны о «солнечном Крыме» и «лазурном берегу», характерные для массовой туристической литературы. Индивидуальность автора – это его главное преимущество. Если все посты, анонсы и описания книг будут созданы генеративными технологиями без участия писателя, в результате получится продукт с высокой степенью синтаксической корректности, но, как писал французский литературовед Ролан Барт, обладающий «нулевой степенью письма», что критически снижает конкурентоспособность уникального литературного бренда [7].

– Фактические ошибки. Нейросети не обладают когнитивной моделью мира и не понимают смысла дат или имен, они лишь воспроизводят наиболее вероятные ассоциативные связи. В маркетинговых материалах для крымских авторов это может проявляться в искажении исторических фактов (например, неверная датировка пребывания классиков в Крыму), путанице в топонимике или приписывании автору несуществующих цитат и достижений. Опасность заключается в высокой степени их правдоподобия. Текст выглядит логичным и убедительным, поэтому вводит в заблуждение как маркетолога, так и конечного потребителя. Так, для автора, работающего в жанре исторического романа, краеведения или документальной прозы, появление таких ошибок в промо-контенте ведет к подрыву доверия целевой аудитории.

В-третьих, рекламные платформы Яндекс.Директ и ВК Реклама используют алгоритмы машинного обучения для построения look-alike моделей. Эти системы анализируют цифровой след читателей, уже проявивших интерес к крымской литературе, и находят пользователей со схожими поведенческими профилями: например, тех, кто изучает историю Крыма, посещает сайты региональных музеев или интересуется локальной идентичностью [10]. Геотаргетинг позволяет точно работать с жителями полуострова, южных регионов России, а также с многомиллионным потоком туристов, рассматривающих Крым как место культурно-познавательного отдыха. Динамический креатив в данном контексте адаптирует визуальный ряд и заголовки под конкретную локацию или интерес пользователя: например, туристу в Евпатории может быть показана реклама книги с изображением древних улиц Старого города, а жителю Севастополя – сюжеты, связанные с героической историей города. Несмотря на эффективность этих технологий в продвижении регионального бренда писателя, они сильно зависят от объема накопленных данных. Формирование качественной выборки требует наличия базы из 1000–1500 активных пользователей, что является серьезным барьером для нишевого рынка крымской книги и независимых местных авторов [4].

Нейросетевые технологии становятся важным инструментом в современной рекламе, позволяя обрабатывать большие объемы данных, выявлять закономерности и

генерировать креативный контент. Автоматизация процессов освобождает время для творческой работы.

Для крымских авторов это особенно важно: искусственный интеллект позволяет определять целевые аудитории, обрабатывать данные из социальных сетей, поисковых систем и аналитических платформ, сегментировать аудиторию по интересам и поведенческим паттернам. Это помогает выявлять скрытые предпочтения пользователей и устранять элемент человеческого предубеждения, делая собранную информацию более объективной.

Выводы. Внедрение искусственного интеллекта и персонализированного маркетинга открывает новые перспективы для крымских авторов. Совместное использование нейросетей и человеческого творчества позволяет точно нацеливаться на аудиторию, снижать затраты и увеличивать эмоциональную вовлеченность. Несмотря на существующие ограничения (эффект эхо-камеры, сложность начальной настройки, предсказуемость генераций и зависимость от качества данных), эти технологии уже показывают значительный потенциал для увеличения конверсии, сокращения расходов на продвижение и расширения охвата за пределы региона. Ключевым фактором успеха является их разумное и гибкое применение: ИИ должен выступать в роли помощника, а не заменять человеческое творчество и культурную аутентичность.

Список литературы:

1. Акулич, М.В. Персонализированный маркетинг. Персонализированный контент. Маркетинг идентичности. Бесконтактный маркетинг/ М.В. Акулич. – Москва: Издательские решения, 2023. – 105 с.
2. В «Литресе» рассказали, когда к озвучиванию книг привлекают ИИ / Коммерсантъ. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/8294584> (дата обращения: 20.03.2026)
3. Зими́на, Л.О. К вопросу об эффективности использования нейросетей в рекламной коммуникации / Л.О. Зими́на, Е.Б. Сваровская // Мир науки, культуры и образования. – 2024. – № 4 (107) – С. 388-390
4. Использование look-alike аудитории: 4 стратегии и 5 советов / MediaNation. – URL: <https://medianation.ru/blog/targetirovannaya-reklama/ispolzovanie-look-alike-auditoriy-4-strategii-i-5-sovetov/> (дата обращения: 20.03.2026)
5. Картер, Д. Искусственный интеллект. Основные понятия / Д. Картер. – «Автор», 2024. – 323 с.
6. Персонализация продуктовых рекомендаций с помощью ИИ от теории к +47% к среднему чеку / DigitalRocket. – URL: <https://digitalrocket.ru/articles/personalizaciya-rekomendacii-ii-ecommerce/> (дата обращения: 20.03.2026)
7. Ролан, Б. Нулевая степень письма / Б. Ролан. – Москва: Ад Маргинем, 2025. – 96 с.
8. Русаков, А.Ю. Эхо-камеры в современной массовой культуре / А.Ю. Русаков // Вестник СПбГИК. – 2019. – № 2. – С. 11-15
9. Фальк, К. Рекомендательные системы на практике / пер. с англ. Д.М. Павлова. – Москва: ДМК Пресс, 2020. – 447 с.
10. Шукалова, Е.В. Системный интернет-маркетинг: инструкция по применению / Е.В. Шукалова. – Москва: ИГ «Человек слова», 2018 – 174 с.

ХУДОЖЕСТВЕННО-КОМПОЗИЦИОННЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЕТСКОЙ КНИГИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЭСТЕТИЧЕСКОГО И КОГНИТИВНОГО ВОСПРИЯТИЯ ДОШКОЛЬНИКА

Снатович Анжелика Богдановна,

кандидат педагогических наук

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Бачерикова Ксения Александровна,

студентка 6 курса направления подготовки «Графика»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. В статье рассматривается визуальная стилистика детской книги как целостная художественно-композиционная система, определяющая особенности восприятия издания дошкольниками. Анализируются принципы проектирования обложки и разворота, роль смыслового центра композиции, цветового решения издания, пластики формы и характера линии в формировании эмоционального и образного восприятия. Особое внимание уделяется требованиям к типографике детских книжных изданий по нормативным документам Российской Федерации. Рассматривается взаимодействие текста и иллюстрации как диалогической структуры, в которой графический образ расширяет смысловое содержание произведения. В качестве примеров художественно обоснованных решений приводятся работы В.Г. Сутеева и В.А. Чижикова, демонстрирующие выразительность силуэтного решения, продуманную композицию и связь с традициями отечественного искусства. Подчеркивается необходимость системного подхода к созданию детской книги как единого визуального объекта, способствующего формированию эстетического вкуса, когнитивных навыков и культурной идентичности ребёнка.

Ключевые слова: визуальная стилистика, книжная графика, детская книга, дети-дошкольники, когнитивные навыки, психологические особенности, иллюстрация, композиция, типографика.

Annotation. This article examines the visual style of children's books as a holistic artistic and compositional system that determines how preschoolers perceive the publication. It analyzes the principles of cover and spread design, the role of the semantic center of the composition, the color scheme of the publication, the plasticity of form, and the character of line in shaping emotional and imaginative perception. Particular attention is paid to the typographic requirements of children's book publications according to regulatory documents of the Russian Federation. The interaction of text and illustration is considered as a dialogic structure in which the graphic image expands the semantic content of the work. Works by V.G. Suteev and V.A. Chizhikov are cited as examples of artistically sound solutions, demonstrating the expressiveness of silhouette solutions, thoughtful composition, and connections to the traditions of Russian art. The need for a systematic approach to creating children's books as a unified visual object that contributes to the development of aesthetic taste, cognitive skills, and cultural identity in children is emphasized.

Key words: visual style, book graphics, children's book, preschoolers, cognitive skills, psychological characteristics, illustration, composition, typography.

Постановка проблемы. Оформление детской книги для младшего дошкольного возраста следует рассматривать не как совокупность декоративных решений, а как целостную художественно-композиционную систему, от которой зависит характер восприятия ребёнком текста и образа. Именно через визуальную стилистику – организацию разворота, композиционную доминанту, колористическую систему, пластическое решение персонажей и типографику – формируется первое осознанное

взаимодействие ребёнка с книгой как визуальным объектом. Проблема заключается в необходимости выстраивания такого дизайн-решения, которое учитывает особенности наглядно-образного мышления дошкольников и одновременно сохраняет художественную целостность издания.

В современном контексте проектирования детских книг важно учитывать психологические особенности восприятия в дошкольном возрасте: приоритет силуэтного решения, восприимчивость к крупным цветовым пятнам, чувствительность к контрасту и масштабу изображений. Иллюстрация на развороте должна выступать композиционной доминантой, а текст – быть органично встроенным в общую структуру через продуманную типографическую иерархию. Избыточная пестрота, перегруженность деталями или чрезмерная фактурность нарушают визуальный ритм и усложняют восприятие, тогда как ясная пятновая композиция и сбалансированная палитра создают комфортное визуальное пространство.

Особое значение имеют три взаимосвязанных аспекта: художественное решение иллюстративных элементов, типографика и организация разворота. Иллюстрации должны быть выполнены с учётом возрастной специфики – с чётким силуэтом, выразительной пластикой формы и продуманным масштабированием образа. Шрифт обязан быть крупным, удобочитаемым и соответствующим нормативным требованиям, а его расположение – подчиняться модульной сетке и общей композиции страницы. Гармоничное соотношение текста и изображения, деление материала на небольшие смысловые блоки и сохранение «воздуха» на странице позволяют снизить когнитивную нагрузку и поддерживать устойчивый интерес ребёнка.

Необходим комплексный подход к визуальной стилистике детской книги, где художественные средства, композиция и типографика работают как единая система. Только при целостном проектировании издания возможно создание благоприятных условий для самостоятельного восприятия книги, формирования положительного эмоционального отклика и устойчивой мотивации к чтению у ребёнка.

Изложение основного материала. Визуальная стилистика детской книги для дошкольного возраста представляет собой не просто систему декоративных решений, а сложную художественно-композиционную структуру, от которой напрямую зависит характер восприятия ребёнком текста, образа и самой книги как объекта. На раннем этапе развития именно книга становится одной из первых форм осознанного взаимодействия ребёнка с визуальной культурой. Через иллюстрацию, цвет, масштаб изображения, структуру разворота формируется не только интерес к чтению, но и основы эстетического вкуса, визуального мышления и эмоциональной отзывчивости. Поэтому при проектировании детского издания особенно важно рассматривать книгу как целостный художественный организм, где каждый элемент подчинён общей композиционной системе.

Дошкольный возраст характеризуется преобладанием наглядно-образного мышления. Необходимо учитывать психологические особенности дошкольников, определяющие специфику их зрительного восприятия. Дети воспринимают изображение прежде всего через силуэтное решение, крупные цветовые пятна и общую пластику формы. Чёткий характер линии, выразительность контура, ясная пятновая композиция облегчают считывание образа. Масштабирование образа также играет важную роль: увеличенные, доминирующие фигуры персонажей усиливают эмоциональное воздействие и помогают ребёнку быстрее идентифицировать сюжетную ситуацию.

В этом контексте иллюстрация становится доминирующим элементом разворота, а текст – его смысловым сопровождением. Однако графический образ не должен служить простым визуальным пересказом текста. Иллюстрация расширяет текстовое содержание, формирует дополнительные ассоциации и создает эмоциональный фон повествования. Именно в этом диалоге слова и образа рождается полноценное художественное восприятие.

Не менее значимым аспектом проектирования детской книги является грамотное построение сценария всего книжного блока – от обложки до выходных сведений. Книга не только детская, но и как таковая должна восприниматься как последовательно разворачивающееся визуально-смысловое пространство, где каждая страница логически связана с предыдущей и последующей. Сценарное построение предполагает продуманное

распределение сюжетных акцентов, чередование динамичных и более спокойных фрагментов, постепенное нарастание эмоционального напряжения и его разрешение. Ритм книги формируется не только текстом, но и последовательностью визуальных решений: масштаб персонажей, направление движения, изменение плотности композиции создают ощущение развития действия. Обложка задаёт тон повествованию, титульный лист вводит в атмосферу произведения, а финальные страницы и выходные сведения должны органично завершать общее впечатление, не нарушая художественной целостности.

При составлении сценария необходимо избегать перегруженности отдельных страниц и дисбаланса между разворотами. Чрезмерная насыщенность одного фрагмента и визуальная «пустота» другого нарушают целостность восприятия и создают ощущение фрагментарности. Страницы должны взаимодействовать друг с другом по принципу композиционного согласования: плотные сцены уравниваются более свободными, активные цветовые решения – спокойными, текстовые фрагменты – паузами для визуального восприятия. Важно заранее проектировать логику размещения иллюстраций, текста, дополнительных элементов и даже технических блоков, чтобы книга воспринималась как единое художественное повествование.

Любая книга начинается с обложки. Она играет первую важную роль во всём книжном издании, поскольку формирует визуальное впечатление и определяет эмоциональное восприятие книги юным читателем. В детском издании обложка должна иметь чёткую композиционную доминанту, например, одного крупного персонажа или ясный сюжетный центр с читаемым силуэтным решением и продуманным масштабированием образа. Колористическая система должна быть яркой, но гармоничной, без перегруженности деталями и сложной перспективы. Название выполняется крупным, контрастным и легко читаемым шрифтом, встроенным в общую композицию, чтобы текст и изображение образовывали единое графическое пространство. Таким образом, обложка становится не декоративным элементом, а важнейшим инструментом привлечения внимания и формирования интереса к книге. Дальнейшее развитие этого впечатления осуществляется уже в пространстве каждой страницы книги.

Композиция разворота является основной структурной единицей детской книги. Разворот – это не просто две страницы, а единое визуальное пространство, в котором выстраивается ритм, определяется доминанта и распределяются акценты. Гармония достигается через баланс заполненных и свободных участков, через соотношение масштабов изображения и текстового блока, через продуманную систему цветовых пятен. Перегруженность деталями или чрезмерная пестрота нарушают визуальный ритм и усложняют восприятие. Для дошкольника особенно важна ясность композиции, логичность пространственной организации и преимущественная «чистота» цветовой палитры.

Цвет выполняет структурообразующую функцию: он организует пространство страницы, задаёт эмоциональный тон и направляет взгляд читателя. При этом чрезмерно насыщенная и пёстрая палитра способна вызывать зрительное утомление, поэтому цветовое решение должно быть сдержанным и продуманным. Достаточно 3-5 основных цветов на разворот, при условии, что фон остаётся спокойнее и менее контрастным, чем фигуры персонажей. Важно поддерживать баланс цветовых пятен и сохранять «воздух» страницы, избегая сплошного заполнения пространства. Контраст используется для выделения главного героя или композиционного центра, но он должен быть оправдан общей художественной задачей и подчинён целостной пластической системе издания.

Пластика формы: выразительность и характер объёма, очертаний и движения изображаемого объекта – и характер линии играют не менее важную роль. Для восприятия дошкольника значима чёткость силуэта, выразительность контура, ясность пропорций персонажей и их окружения. В то же время линия должна быть уверенной и стабильной по толщине, без чрезмерной фактурности, которая может отвлекать от содержания. Сложные ракурсы и избыточная детализация могут затруднять узнавание образа. Лаконичность формы при сохранении эмоциональной выразительности позволяет создать образ, который легко запоминается и вызывает сопереживание. Через пластику персонажа формируется эмоциональная связь между книгой и ребенком.

Не мало важную роль в стилистике детской книги играет и типографика – искусство и система правил оформления текста с помощью шрифта. Шрифт должен быть крупным и удобочитаемым, но при этом интегрированным в композицию. Межстрочные интервалы, длина строки, расположение текста на странице – всё это влияет на ритм чтения. В детской книге текст не должен «давить» на изображение или, наоборот, теряться на фоне иллюстрации. Гармоничное сочетание шрифта и графики создаёт ощущение целостности.

Типографика в книге для дошкольников – это не только эстетический аспект, но и зона нормативной ответственности издателя и дизайнера. В соответствии с ГОСТ Р 7.0.60-2020 и санитарными требованиями СП 2.4.3648-20 шрифт в изданиях для детей должен обеспечивать удобочитаемость и минимизировать зрительную нагрузку. Это предполагает использование увеличенного кегля: для младших дошкольников – 18-20 pt, для старших – 14-16 pt. Межстрочный интервал рекомендуется в пределах 120-140% от размера шрифта. Исключается применение декоративных, узких и рукописных гарнитур; предпочтение отдается простым шрифтам с чёткими, хорошо различимыми буквенными формами.

Важна и структура текстового блока. Оптимальная длина строки составляет 40-60 знаков, что облегчает фиксацию взгляда и поддерживает устойчивый темп чтения. Текст не размещается на пёстром фоне и вблизи корешка, а контраст между шрифтом и подложкой должен быть достаточным для комфортного восприятия. Чёткая типографическая иерархия, продуманные поля и наличие визуального «воздуха» создают благоприятные условия для взаимодействия ребёнка с книгой. Существенную роль играет и динамика издания: чередование более насыщенных и спокойных разворотов, а также изменение масштаба изображений формируют визуальный ритм и поддерживают интерес на протяжении всего повествования.

В отечественной традиции книжной графики существует богатый опыт художественного решения детских книг. Работы Владимир Григорьевич Сутеев демонстрируют ясность композиционной структуры и выразительность силуэта. В его иллюстрациях преобладают локальные цветовые пятна, четкая линия и продуманная доминанта. Персонажи легко читаются и обладают ярко выраженной эмоциональной характеристикой. Пространство страницы организовано таким образом, что взгляд ребенка свободно перемещается от одного смыслового центра к другому.

Не менее показателен художественный язык Виктор Александрович Чижиков, чьи иллюстрации отличаются декоративной выразительностью и мягкой стилизацией. В его работах заметно влияние народного искусства – орнаментальность, плоскостность, ясность цветовых сочетаний. Линия у Чижикова пластична и динамична, персонажи обладают мягкой юмористической характеристикой. Такая художественная система способствует формированию у ребенка положительного эмоционального отклика и устойчивого интереса к книге.

Выводы. Использование элементов народной декоративной традиции в детской книге усиливает культурную идентичность и создает связь с художественным наследием. Стилизация, орнаментальные мотивы, плоскостность композиции помогают сделать образ ясным и цельным. Важно, чтобы обращение к традиции было осмысленным, а не формальным. На мой взгляд, при проектировании детской книги необходимо стремиться к целостности художественного решения. Иллюстрация, шрифт, цвет, формат, фактура бумаги, даже характер переплета – все это элементы единой системы. Книга должна восприниматься как законченный визуальный объект, а не как набор разрозненных компонентов. Только в этом случае она способна выполнять не только образовательную, но и эстетическую функцию.

Список литературы:

1. Блинов, В.Ю. Русская детская книжка-картинка 1900-1941 / В.Ю. Блинов. – Москва: Искусство-XXI век, 2005. – 224 с.
2. Герчук, Ю.Я. Искусство печатной книги в России XVI-XXI веков / Ю.Я. Герчук. – Санкт-Петербург: Коло, 2014. – 512 с.
3. Герчук, Ю.Я. История графики и искусства книги: учебное пособие для студентов вузов / Ю.Я. Герчук. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – 320 с.

4. Ескина, Е.В. Московская иллюстрация детской книги в 1960-1980-х годах: автореферат дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.04 / Ескина Елена Витальевна. – Москва, 2013. – 22 с.

5. Кричевский, В.Г. Типографика в терминах и образах. Том 1 / В.Г. Кричевский. – Тула: Власта, 2010. – 144 с.

6. Лакизенко, Е.Д. Детская иллюстрированная книга как источник восприятия реальности: темы, образы, цветовое решение / Е.Д. Лакизенко, Т.Л. Макарова // Вестник славянских культур. – 2022. – № 66. – С. 368-378

7. Фаворский, В.А. О шрифте / В.А. Фаворский. – Москва: Шрифт, 2016. – 112 с.

УДК 004.738.5:338.48(470.75)

СОЗДАНИЕ САЙТА-ГИДА ПО КРЫМУ КАК СОВРЕМЕННОГО ИНСТРУМЕНТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ НАВИГАЦИИ

Чайка Надежда Михайловна,

кандидат педагогических наук, доцент

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Пахомова Ксения Вадимовна,

студентка 6 курса направления подготовки «Графика»

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна

Федерального государственного автономного

образовательного учреждения высшего образования

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

Аннотация. Статья посвящена разработке концепции современного интерактивного веб-гида для туристов, посещающих Крым. Проанализированы системные недостатки существующих туристических онлайн-ресурсов региона: отсутствие механизмов оперативного обновления информации, низкая интерактивность интерфейсов, недостаточная персонализация контента и ограниченная интеграция с сервисами бронирования. На основе выявленных проблем предложена концепция веб-гида, построенного на модульной архитектуре и включающего персонализированные маршруты и автоматизированные механизмы актуализации контента. Разработана поэтапная стратегия внедрения решения в региональную туристическую инфраструктуру. Моделирование пользовательских сценариев подтвердило преимущества предложенного подхода в сокращении времени планирования маршрутов и повышении удовлетворенности туристов. Результаты исследования имеют практическую значимость для цифровизации туристической навигации в регионах России.

Ключевые слова: цифровизация туризма, интерактивный веб-гид, туристическая навигация, персонализация маршрутов, модульная архитектура, Крым, актуализация контента, пользовательский опыт.

Annotation. The article is devoted to the development of a concept for a modern interactive web guide for tourists visiting Crimea. The systemic shortcomings of the region's existing online tourism resources are analyzed: the lack of mechanisms for promptly updating information, low interface interactivity, insufficient content personalization, and limited integration with booking services. Based on the identified problems, a concept of a web guide built on a modular architecture is proposed, including dynamic maps, personalized routes, and automated content-updating mechanisms. A step-by-step strategy for implementing the solution into the regional tourism infrastructure has been developed. Modeling of user scenarios confirmed the advantages of the proposed approach in reducing route-planning time and increasing tourist satisfaction. The results of the study have practical significance for the digitalization of tourist navigation in the regions of Russia.

Key words: tourism digitalization, interactive web guide, tourist navigation, route personalization, modular architecture, Crimea, content updating, user experience.

Постановка проблемы. Проблема исследования заключается в несоответствии туристических веб-ресурсов Крыма современным требованиям цифровой среды. Региональные платформы испытывают трудности в обеспечении актуальности информации, особенно в условиях сезонных изменений инфраструктуры и динамики туристических объектов. Отсутствие оперативных механизмов обновления данных приводит к распространению устаревшей информации и снижению доверия пользователей.

Одновременно с этим наблюдается низкий уровень интеграции с внешними сервисами – системами бронирования, платформами отзывов и краудсорсинговыми источниками данных. Это ограничивает функциональность ресурсов и не позволяет формировать целостный пользовательский маршрут.

Кроме того, несмотря на активное развитие глобальных трендов в веб-дизайне и цифровых технологиях – таких как интерактивные интерфейсы, адаптивные решения и персонализация – региональные ресурсы демонстрируют ограниченную способность к их внедрению из-за технических, организационных и инфраструктурных барьеров. Это препятствует созданию современной, конкурентоспособной туристической платформы, соответствующей ожиданиям пользователей и стандартам индустрии.

Изложение основного материала. Проект, посвященный разработке интерактивного веб-гида по Крыму, концептуально ориентирован на создание цифрового навигационного инструмента, отвечающего современным требованиям отрасли внутреннего туризма. Актуальность решения определяется совокупностью социокультурных и технологических факторов: ростом внутреннего туризма, цифровой трансформацией сервисов, а также потребностью региональных дестинаций в инструментах, обеспечивающих достоверную, динамически обновляемую информацию. В исследованиях отмечается, что развитие туристической инфраструктуры невозможно без внедрения цифровых технологий, способных формировать единое информационно-сервисное пространство региона. В этом контексте веб-гид понимается не просто как сайт-справочник, а как интегрированная многофункциональная система сопровождения туриста.

Личностное измерение проекта в данном случае заменяется региональной спецификой, которая формирует содержательную и структурную основу разработки. Информационные ресурсы, посвященные Крыму, характеризуются широким тематическим охватом, но остаются фрагментированными, что создает эффект разрозненности данных. Отсутствие единой архитектуры приводит к низкой точности навигации и затрудняет взаимодействие пользователя с туристическими сервисами. Именно этот пробел определяет необходимость создания веб-гида нового поколения, ориентированного на системность, интерактивность и персонализацию пользовательского опыта.

Среди преимуществ выбранного подхода можно выделить возможность интеграции автоматизированных механизмов обновления данных, подключение модулей персональных маршрутов, а также создание условий для краудсорсингового пополнения контента. Такие решения позволяют сделать навигацию более гибкой и релевантной. Вместе с тем существует ряд ограничений. Высокая динамика туристической среды требует постоянной технической поддержки и мониторинга источников информации; кроме того, сложность модульной архитектуры обуславливает необходимость продуманной системы взаимодействия между подсистемами, обеспечивающей стабильность и отказоустойчивость веб-ресурса.

Объектом исследования являются региональные туристические веб-ресурсы и системы онлайн-навигации, а предметом – архитектурные и функциональные характеристики веб-гида, обеспечивающие актуальность данных и персонализацию взаимодействия с туристом. Исследовательский вопрос сосредоточен на поиске концепции навигационного сервиса, способного устранить выявленные недостатки существующих платформ и обеспечить пользователям точную, удобную и адаптируемую под их потребности навигацию по региону.

Теоретическая база опирается на исследования цифровизации туристической отрасли (Айрапетян, Пониматкина, Каргин, Ляхова), информационного обеспечения туристических дестинаций (Сердюкова, Сердюков, Романова), UX-подходов (Мочалова, Мамедова) и региональной специфики Крыма (Сикач, Ожегова, Сазонова; Чикурова). Важное значение имеет также концепция smart-инфраструктуры (Васильева, Хисюков), которая определяет требования к современным информационным сервисам на уровне регионального управления.

Проведенный анализ существующих онлайн-ресурсов показал ограниченность их функционала. Актуализация данных носит эпизодический характер, отсутствуют возможности персонализации маршрутов и взаимодействия пользователя с системой. Статичность контента препятствует полноценному туристическому ориентированию, особенно в условиях высокой сезонности и нестабильного режима работы объектов. Выявлено, что ни один из текущих ресурсов не использует автоматизированные механизмы проверки данных или интеграцию с официальными источниками, что приводит к регулярному распространению устаревшей информации.

На основе анализа был сформирован концептуальный проект веб-гида, построенный на модульной архитектуре. Такой подход предполагает создание отдельных функциональных блоков – персонализированных маршрутов, систем пользовательской обратной связи, инструмента краудсорсинга обновлений и панели мониторинга актуальности данных для администраторов. Каждому модулю отводится своя роль, но важнейшим является их взаимодействие: синхронизация данных, гибкость масштабирования и интеграция с региональными информационными системами.

Создание персонализированного навигационного опыта обеспечивается через алгоритмы фильтрации контента, формирование динамических маршрутов с учетом интересов пользователя, сезона, доступности объектов и рекомендаций локального сообщества. Метод моделирования пользовательских сценариев показал, что внедрение интерактивных компонентов значительно повышает эргономичность системы и сокращает время поиска релевантной информации.

Таким образом, структура и функциональная организация веб-гида раскрывают потенциал цифровой трансформации туристической навигации в Крыму. Интеграция модульных решений, автоматизация обновления данных и применение UX-подходов обеспечивают формирование современного, достоверного и пользовательски ориентированного сервиса. Создаваемая система не только отвечает на текущие запросы туристов, но и способствует развитию региональной туристической инфраструктуры, формируя основу для единой цифровой экосистемы Крыма.

Выводы. Разработанный сайт-гид по Крыму представляет собой современный инструмент туристической навигации, целенаправленно устраняющий выявленные в анализе существующих ресурсов недостатки в актуальности и интерактивности.

Концепция сайта, основанная на модульной архитектуре, обеспечивает гибкость и масштабируемость, позволяющую адаптировать сервис к изменяющимся потребностям пользователей и сезонным особенностям региона. В рамках концептуальной разработки были описаны ключевые модули и их взаимодействие, а также функциональные требования к интерактивным сервисам. Результаты моделирования и сравнительный анализ с традиционными методами навигации подтвердили преимущество модульного подхода в обеспечении релевантности и оперативности предоставляемой информации.

Принятые в концепции решения – динамические элементы, персонализация маршрутов и механизмы регулярного обновления контента – отвечают на проблему устаревших и статичных источников информации. Моделирование сценариев использования подтвердило, что применение таких функций способствует оптимизации маршрутов и повышению уровня удовлетворенности посетителей.

Список литературы:

1. Айрапетян, В.Г. Цифровизация туризма: современные тенденции и динамика развития / В.Г. Айрапетян // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2022. – № 3. – С. 11-14
2. Васильева, Е.В. Smart-city: городская инфраструктура, электронные муниципалитеты / Е.В. Васильева, Э.Р. Хисюков // E-management. – 2023. – № 2. – С. 61-72

3. Домбровская, В.Е. Оценка эффективности брендинга территории на примере проекта «Государева дорога» / В.Е. Домбровская, П.Д. Зайцев // Вестник Тверского государственного университета. Серия «География и геоэкология». – 2021. – № 3. – С. 97-106
4. Имангожина, О.З. Концепция применения информационных технологий в развитии финансовой системы и туризма / О.З. Имангожина, Г.А. Мауина, А.Е. Жансагимова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 12. – С. 785-788
5. Мочалова, Л.В. Методы исследования пользовательского опыта в разработке дизайна интерфейса / Л.В. Мочалова, И.Ю. Мамедова // Технологии и качество. – 2023. – № 2. – С. 55-61
6. Омаров М.М. Виды digital-стратегий туристической компании / М.М. Омаров, О.В. Пирогова, Г.Ю. Сорокин // Управленческий учет. – 2024. – № 4. – С. 108-112
7. Пониматкина, Л.А. Предпосылки цифровой трансформации туристских предприятий / Л.А. Пониматкина, Ю.И. Каргин, Н.Б. Ляхова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – № 6. – С. 88-92
8. Сердюков, С.Д. Система продвижения туристской дестинации как составляющая информационного обеспечения в туризме / С.Д. Сердюков, Н.К. Сердюкова, Л.М. Романова // Вестник Евразийской науки. – 2018. – № 2. – С. 1-16
9. Сикач, К.Ю. Инфраструктура делового туризма в Крыму: картографическая интерпретация / К.Ю. Сикач, Л.А. Ожегова, Г.В. Сазонова // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2021. – № 1. – С. 175-182
10. Смирнов, А.М. Минимализм в дизайне интерфейса: анализ тенденций и эффективности / А.М. Смирнов, Е.А. Шеломенцева // Cifra. Информационные технологии и телекоммуникации. – 2024. – № 1. – С. 1-5
11. Чернобровкина, Н.И. Брендинг регионов ЮФО: модель управления и стратегия продвижения туристического бренда / Н.И. Чернобровкина // Гуманитарий Юга России. – 2018. – № 4. – С. 207-211
12. Чикурова, Т.Ю. Влияние налогообложения на развитие туризма в Республике Крым / Т.Ю. Чикурова // Крымский научный вестник. – 2016. – № 1. – С. 63-67

СОДЕРЖАНИЕ

Бояркина Наталья Владимировна	РЕАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ «ДЕЙСТВЕННОСТЬ» В КРЫМСКОЙ ПЕЧАТИ СОВЕТСКОГО ПЕРИОДА (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «КРЫМСКАЯ ПРАВДА»)	4
Вовк Екатерина Владимировна Дружинина Дарья Андреевна	ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА СТАРТАПОВ В РОССИИ КАК ЭЛЕМЕНТЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА	13
Габриелян Тигран Олегович Вовк Дарья Денисовна	АНИМАЦИЯ КАК ВИЗУАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ К ПРОБЛЕМЕ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ	18
Захарова Анна Вадимовна Мубаракшина Анелия Ильдаровна	АРТ-ГАЛЕРЕЯ «ТАЛАНТ» КАК ПРОСТРАНСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ КРЫМСКИХ ХУДОЖНИКОВ	25
Иконникова Екатерина Сергеевна	АНТИЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ В РЕДКОМ ФОНДЕ НАУЧНОЙ БИБЛИОТЕКИ ГОСУДАРСТВЕННОГО МУЗЕЯ- ЗАПОВЕДНИКА «ХЕРСОНЕС ТАВРИЧЕСКИЙ»	28
Коваленко Ирина Николаевна Немялковская Диана Владимировна	АЛЬБОМ С АВТОРСКИМИ ИЛЛЮСТРАЦИЯМИ КАК ИССЛЕДОВАНИЕ ЖЕНСКОГО ОБРАЗА В КУЛЬТУРЕ США, ЕВРОПЫ И СТРАН СНГ 20 ВЕКА (ПРОЕКТ «ОНА XX»)	33
Кокорина Екатерина Георгиевна	КРЫМ КАК ТРАНЗИТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО В КОНТЕКСТЕ ЭСКАПИЗМА И КУЛЬТУРОТВОРЧЕСТВА	37
Кокорина Екатерина Георгиевна Абраменко Ксения Андреевна Власенкова Вероника Максимовна	ВЕСТИМЕНТАРНЫЙ КОМПОНЕНТ СЦЕНИЧЕСКОГО ОБРАЗА В СОВРЕМЕННОМ ШОУ	43
Костенко Ирина Вячеславовна Гончарова Арина Владимировна	ВОСТОЧНЫЕ ЛИТЕРАТУРНЫЕ ВОЛНЫ (КОРЕЙСКАЯ, КИТАЙСКАЯ) И ИХ УСПЕХ НА КНИЖНОМ РЫНКЕ РОССИИ	53
Костенко Ирина Вячеславовна Фикс Варвара Ильинична	АЛГОРИТМ РАБОТЫ РЕДАКТОРА ПРИ СОЗДАНИИ ДЕТСКИХ РАЗВИВАЮЩИХ ИЗДАНИЙ КРАЕВЕДЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ	59
Красюк Александр Вячеславович Зубко Дарья Валерьевна	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНТЕНТА В СМІ: ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ	64
Кушнер Евгения Николаевна Зубко Дарья Валерьевна	ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ И ИХ ТРАНСФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	70
Первых Диана Константиновна Котляров Денис Юрьевич	ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ КУРС ГАЗЕТЫ «КРЫМСКАЯ ПРАВДА»: НА МАТЕРИАЛАХ ИЗДАНИЯ 1991 Г.	75
Пугачёва Виктория Олеговна	ДИСКУРС О ДЕГУСТАЦИИ ВИН: ТРАДИЦИОННЫЕ ЗНАНИЯ И СИМВОЛИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ	80

Саченко Эдуард Викторович Мизрахи Мария Васильевна	РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОВЕТСКОГО ПРОШЛОГО В НОСТАЛЬГИЧЕСКИХ ОБРАЗАХ РОССИЙСКОГО ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА 1990-Х ГОДОВ	84
Савченко Любовь Васильевна Брекун Валерия Романовна	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КРЫМСКИХ ПИСАТЕЛЕЙ	88
Снатович Анджелика Богдановна Бачерикова Ксения Александровна	ХУДОЖЕСТВЕННО-КОМПОЗИЦИОННЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЕТСКОЙ КНИГИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЭСТЕТИЧЕСКОГО И КОГНИТИВНОГО ВОСПРИЯТИЯ ДОШКОЛЬНИКА	92
Чайка Надежда Михайловна Пахомова Ксения Вадимовна	СОЗДАНИЕ САЙТА-ГИДА ПО КРЫМУ КАК СОВРЕМЕННОГО ИНСТРУМЕНТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ НАВИГАЦИИ	96

МедиаВектор

Выпуск 19



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 18.03.2026. Дата выхода 12.05.2026.

Формат 210x297. Бумага: офсетная. Печать: офсетная.

Условн. печатн. листов 11,78. Тираж 500 экз. Свободная цена.