

INTERFACE

-JOURNAL OF EUROPEAN LANGUAGES AND LITERATURES



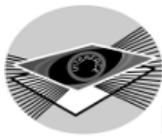
Post-Truth & Cyberspace

Guest Editors:
Zoya Rezanova, Olga Sologub



14

Spring
2021



INTERFACE

—JOURNAL OF EUROPEAN LANGUAGES AND LITERATURES

ISSN: 2519-1268

Issue 14, Spring 2021

Published on February 28, 2021

Guest Editors

Zoya Rezanova (Tomsk State University)

Olga Sologub (National Taiwan University)

Editor-in-chief

Vagios, Vassilis (National Taiwan University)

Editorial Board

Blanco, José Miguel (Tamkang University)

Chang, Wen Hui (Chung Yuan Christian University)

Leipelt-Tsai, Monika (National Chengchi University)

Tulli, Antonella (National Taiwan University)

Yen, Ting Chia (National Chengchi University)

Advisory Board

Takada, Yasunari Professor Emeritus, The University of Tokyo

Chang, Han Liang Professor Emeritus, National Taiwan University

Kim, Soo Hwan Hankuk University of Foreign Studies

Finglass, Patrick University of Bristol

Chaudhuri, Tushar Hong Kong Baptist University

Kim, Hyekyong Inje University

Assistant

Tsai, Chi Fang

Cover Design

Wang Rung (王容)

(shelleyconnor19@gmail.com)

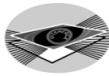
The Journal is published three times a year (February, June, October) by the Department of Foreign Languages and Literatures, National Taiwan University.

All correspondence should be addressed to the Department of Foreign Languages and Literatures, National Taiwan University, Roosevelt Rd., Section 4, No. 1, Taipei 106, Taiwan, R.O.C.

Phone: +886-2-33663215

Fax: +886-2-23645452

© 2021, Department of Foreign Languages and Literatures, National Taiwan University. All rights reserved.



Issue 14 (Spring 2021)

Table of Contents

Editorial

Post-Truth & Cyberspace

ZOYA REZANOVA & OLGA SOLOGUB 1

Articles

Фейковый Контент в Социальных Сетях в Аспекте Фактора Адресата (на материале фейков о коронавирусе)

[Fake Content in Social Networks in Relation to the Addressee Factor (based on fakes about the coronavirus)]

ЛИДИЯ КИМ [LIDIA KIM] 5

Специфика реализации нарративности в конвергентном радиотексте

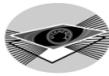
[The specificity of the implementation of narrativeness in convergent radio text]

ЛАРИСА ЕРМОЛЕНКИНА [LARISA YERMOLENKINA] 33

Проблема адаптации фактов истории литературы в условиях кризиса верификации: случай П.П. Бажова

[The problem of adapting the facts of literary history in the context of the verification crisis: Pavel Bazhov's case]

МАРИЯ ЛИТОВСКАЯ [MARIA LITOVSKAYA] 55



EDITORIAL:

Post-Truth & Cyberspace

ZOYA REZANOVA

Tomsk State University

OLGA SOLOGUB

National Taiwan University

The foundations of *INTERFACE* issue 14 were laid in the 10th International on European Languages in South-East Asia, held in the National Taiwan University on 15-16 November, 2019, where “Post-Truth” was announced as one of the central themes.

The problem of post-truth has become extremely acute in our hyperinformation age due to the rapid development of various information flows creating virtual not relevant to reality interpretation of facts and events and meant to manipulate public consciousness in someone’s interests. These processes have become global nowadays. As a consequence the issue of post-truth is no longer narrow and local; but it has acquired a global inter-disciplinary nature and made an impact upon the formation and development of the newest approaches to studying present-day philological issues aimed at understanding of new discursive practices and primarily the discourse of lies.

Ample evidence of this claim is provided by the articles presented in this issue, prepared by authoritative specialists in this field who participated in the Russian Language section of the Symposium (L.G Kim, Kemerovo State University; M.A. Litovskaya, the National Chengchi University), as well as by the invited specialist L.I. Yermolenkina (Tomsk State Pedagogical University). The work of these researchers uncovers internal mechanisms of creating distorted views concerning facts of reality; reveals the manipulative potential of new discursive practices; and describes ways of manipulating. Understanding of the post-truth phenomenon contributes to the identification of *both* general mechanisms

INTERFACE

regarding formation and functioning of discourse of lies, *and* features of its manifestation in particular discursive practices (social networks' communication, literary-critical discourse, etc.).

Thus, L.G. Kim in her article "Fake Content in Social Networks in Relation to the Addressee Factor (based on fakes about coronavirus)" raises a problem of 'fakes' that is extremely topical in the modern field of Internet media research. Based on the provision that creating and spreading fakes is caused not only by the intentions of the authors but also by the intentions of the addressees' to get quickly information which is up-to-date and presented in a form that is easy-to-understand by mass recipients, the author redirects the primary research focus by implementing an addressee-centric approach to the problem of fake content distribution in social networks. The most recent text material (fake news) is taken for analysis. It contains information about coronavirus and has been widely disseminated in mass media and Internet. The author arranges material in different ways, firstly, based on a thematic classification, secondly, on classification by the addressees' types to whom news reports are intended. In accordance with the author's conclusion the type of an addressee determines dictum-modus arrangement of the fake content. Such analysis made it possible to reveal internal mechanisms of this arrangement as well as language, communication and speech tools to implement them.

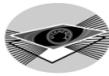
The article of L.I. Yermolenkina "The Specificity of the Implementation of Narrativeness in Convergent Radio Text" presents dialogic communication analysis constructed by the subjects of convergent radio discourse. During discursive analysis the author touches upon the whole spectrum of socially significant humanitarian problems of our time connected with classical media transformation. While analyzing 'live' text material of one of the most popular information and conversation channel 'Echo of Moscow' (net version) L.I. Yelmolenkina reveals the peculiarities of manipulative impact strategy upon a mass addressee. According to the author its mechanisms are based on narrative technology. The article gives examples of their influence upon perception of the audience, thus the problem of mass consciousness control is tack-

EDITORIAL

led. Similarly to L.G. Kim, L.I. Yermolenkina pays special attention to an addressee's attitude, which changes its communicative status in the conditions of new communicative reality: from a passive user it turns into an active subject of discourse intensely involved in the formation of its semantic space. However, this activity is skillfully directed by radio-discourse subjects, and the author tries to reveal mechanisms (incl. linguistic ones) that manage social consciousness and exercise control over it.

M.A. Litovskaya in her article "The Problem of Adapting the Facts of Literary History in the Context of the Verification Crisis: Pavel Bazhov's Case" talks about the ways modern media interpret creative biographies of classical writers. This phenomenon is considered based on the example of the XX century Russian literature classic P.P. Bazhov underpinned by the articles and biographical books of 1980-2020 various in style and depth of comprehension. The author interprets post-truth phenomenon and its manifestation in present-day social and literary processes from philosophical and culturological viewpoints, identifies causes of disinformation flow in conditions of modern globalization, among which the author specifies insufficient objectivity of mass culture as its constitutive quality, deliberate distortion of facts in writer's biography and his creative activities, their unreasonable evaluation in someone's interests – all these leads to mythologization of a writer's image.

We would like to express gratitude to the editor and editorial board of the journal for inspiration and support as well as to the authors who submitted their original, deep, interesting research works for publication, works that demonstrate the scientific-research potential of the Russian philological science.



Фейковый Контент в Социальных Сетях в Аспекте Фактора Адресата (на материале фейков о коронавирусе)

ЛИДИЯ КИМ

Кемеровский государственный университет

Аннотация

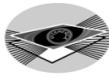
В статье в адресатоцентрическом аспекте обсуждается проблема распространения фейкового контента в социальных сетях. Исследование выполнено на материале фейков о коронавирусе, получивших широкое распространение в СМИ и Интернете. Рассматривается разнообразный фейковый контент о коронавирусе и доказывается, что создание и распространение фейков обусловлено не только интенциями авторов, но и интенциями адресатов на быстрое получение актуальной информации, изложенной в доступной для восприятия массовым адресатом форме. Утверждается, что диктумно-модусная организация фейкового дискурса ориентирована на тип адресата, доверяющего авторитетному источнику, к которому относится Интернет. Выявлено два типа адресатов фейкового контента в зависимости от предпочитаемой рецептивно-интерпретационной деятельности при восприятии новостной информации: рационально-логический и эмоционально-чувственный типы. Тип адресата детерминирует диктумно-модусную организацию фейкового контента.

Ключевые слова: социальные сети, фейковые новости, пандемия COVID-19, ожидания адресата, типы адресатов.

© Лидия Ким

Этот произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution-NonCommercial-ShareAlike» \(«Атрибуция-Некоммерчески-СохранениеУсловий»\) 4.0 Всемирная](#)

<http://interface.ntu.edu.tw/> or <http://interface.org.tw>



Fake Content in Social Networks in Relation to the Addressee Factor (based on fakes about the coronavirus)

LIDIA KIM
Kemerovo State University

Abstract

The article discusses the addressee-centric aspect of spreading fake content in social networks. The research is based on fake messages about the coronavirus, which have been widely disseminated in the media and the Internet. A variety of fake content about the coronavirus is considered. It is proved that creation and distribution of fakes is not only due to the intentions of the authors, but also due to the intentions of the addressees to receive relevant information quickly and in the form accessible for perception by the mass addressee. It is argued that the dictum-modus organization of the fake discourse is focused on the addressee trusting the authoritative sources, including the Internet. According to the preferred receptive and interpretive activity while perceiving news information, two types of addressees of fake content are revealed: rational-logical and emotional-sensual. The type of addressee determinates the dictum-modus organization of fake content.

Keywords: social networks, fake news, COVID-19 pandemic, addressee's expectations, types of addressee.

© Lidia Kim

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

<http://interface.ntu.edu.tw/> or <http://interface.org.tw>

Фейковый Контент в Социальных Сетях в Аспекте Фактора Адресата (на материале фейков о коронавирусе)

Известный современный мыслитель Юваль Ной Харари в своем бестселлере «21 урок для XXI века» (Харари, 2019) доказывает, что эпоха «постправды» и фейковых новостей, о которой сейчас много пишут политологи, юристы, журналисты, психологи как о новой пугающей эпохе, – это реалия не сегодняшнего дня.¹ На самом деле человечество всегда жило в эпоху постправды. «*Homo sapiens* покорил всю планету в первую очередь благодаря умению создавать и распространять мифы» (Харари, 2019, с. 284). Далее автор приводит в подтверждение своим словам известные религиозные истории и делает вполне закономерный вывод, что «некоторые фейковые новости живут вечно» (Харари, 2019, с. 285).

Сегодня мы можем говорить, с одной стороны, о многовековой истории существования фейков как феномена в плане его онтологии, и, с другой – об отсутствии глубокого разноаспектного исследования этого явления в плане гносеологии. При этом следует подчеркнуть, что в последнее десятилетие проблема фейковых новостей особенно обострилась в связи с их необыкновенным распространением в современном медиапространстве и как следствие – утратой доверия общества к СМИ. «Люди теряют доверие к СМИ, которые не отражают реальный мир, в котором они живут», – уверена Салли Лерман, основательница организации Trust Project, которая занимается восстановлением доверия к СМИ (Цит по: (Иванищева, 2020, с. 63).

Столь широкое распространение фейков связано с цифровой

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ (проект № 19-012-00202 “Обыденная политическая коммуникация в социальных сетях: комплексный лингвистический анализ”).

революцией, появлением социальных сетей и цифровых медиа.

Проблема современного медиапространства, как отмечает О. Н. Иванищева, заключается в том, что в условиях избытка информации ценностью становятся заметность публикации и время ее появления в СМИ, включая интернет-издания. Потребность в создании заметной информации, т.е. привлекающей внимание читателя, обуславливает создание и распространение фейков (Иванищева, 2020). Кроме того, причиной распространения фейков является развитие непрофессиональной журналистики (Wall, 2015).

Исследователи отмечают, что содержание понятия *фейковая новость (fake news)* за последние десятилетия претерпело изменения: от связанных с реальностью, но разительно отличающихся от нее типов контента (новостные пародии, политическая сатира и пропаганда в новостях) до намеренно поддельных историй, распространяемых в социальных сетях и медиа (Ивлева, 2020).

Под *фейковыми новостями* в литературе понимаются «статьи, являющиеся альтернативой фактам и точным данным» (Ильченко, 2016, с. 14); «намеренно подделанные (поддельные) истории, распространяемые в социальных сетях и медиа, а также для дискредитации работы некоторых новостных изданий» (Ивлева, 2020, с. 498); «ложная информация, т.е. информация, не соответствующая действительности; это сообщение со сниженной (или отсутствующей) ценностью для общества» (Стернин, Шестернина, 2020, с. 6).

В литературе выявлены и описаны индикаторы фейковой информации. Так, в статье О. С. Дейнека, Л. Н. Духаниной, А. А. Максименко, со ссылкой на американские исследования, указываются следующие индикаторы фейков: **1) лингвистические особенности статьи:** информация не содержит фактов, носит предвзятый характер; зрелищность, повествовательный тип изложения; логические погрешности в изложении информации;

КИМ

эмоциональная заряженность публикации; в заголовке заглавные буквы и восклицательные знаки; заголовок не соответствует тексту и часто является кликбейтным; **2) источники информации и намерения автора:** источники не проверены, не заслуживают уважения; передача ложной информации; цели авторов сопряжены с материальной заинтересованностью; **3) структура:** раздел «О нас» не имеет указания на редактора или зарегистрированного владельца сайта; комментарии: – просьба к пользователям комментировать статью, чтобы получить доступ к авторам комментирующих высказываний; **4) авторство:** написано с помощью алгоритмов или ботов (Дейнека, Духанина, Максименко, 2020, с. 330).

Таким образом, фейковые новости, как правило, содержат негативно окрашенные сенсационные истории или намеренно сконструированные теории заговора. Контент фейковых новостей зачастую содержит информацию, изложенную в эмоциональном языковом регистре; информацию, характеризующуюся крайней степенью пристрастности, предполагающую слепую веру в нее и отсутствие возможности ее перепроверки. Такой контент нередко расположен на сайтах, созданных недавно с целью получения дохода от рекламы. Именно эти индикаторы фейков мы учитываем при отборе дискурсивного материала и при выполнении анализа этого контента.

Феномен фейковых новостей, заполнивших медиапространство, особенно интернет-среду, нуждается во всестороннем научном осмыслении, поскольку фейки имеют разрушительный характер для общества, сеют панику, направляют общество на поиск ложных врагов, подстрекают к беспорядкам, обманывают потребителей, дестабилизируют аудиторию.

Сегодня фейковый контент становится предметом активного разноаспектного изучения. Борьба с фейками в Российской Федерации и за рубежом и способы противодействия распространению фейковой информации обсуждаются в русле

социально-правового подхода (Афонюшкина, Федоров, 2019; Жуков, 2020; Зырянова, 2020; Мищенко, 2020). В аспекте **социологического исследования** рассматриваются проблемы достоверности распространяемой в обществе информации (Завалишин, Костюрина, 2020; Милецкий, Черезов, 2020). Предметом **социально-психологического подхода** становятся фейки как разновидность социальной информации (Иванищева, 2020). Необходимость рассмотрения фейков в **лингво-правовом аспекте** обусловлена тем, что они все чаще становятся объектом лингвистической экспертизы и причиной конфликтов, разрешаемых на уровне судебного разбирательства (Петрова, 2019; Стернин, Шестернина, 2020). **Медиакоммуникативный подход** выявляет специфику фейковой информации, ее виды, назначение, меры противодействия распространению фейков. В русле этого подхода рассматривается роль фейковых новостей в политической и информационной войне (Бикбаев, 2020, Ильченко, 2016; Иссерс, 2014; Ларкина, 2020; Невельская-Гордеева, 2019; Пономарев, 2019; Суходолов, Бычкова, 2017). Исследование феномена фейка и фейкового контента в **лингвистическом и лингвокультурологическом аспектах** направлено на описание языковых средств, позволяющих выявлять маркеры фейка и дифференцировать фейковые новости (Бурдикова, Наумова, 2019; Карасик, 2017; Кошкарлова, Бойко, 2020; Стернин, Шестернина, 2020).

В настоящей статье при анализе фейкового контента реализуется **адресатоцентрический подход**. Обращение к «фактору адресата», изложенное в статье Н. Д. Арутюновой (Арутюнова, 1981), открыло новый вектор исследований дискурса – коммуникативно-прагматический и антропоцентрический (Каминская, 2020; Караджев, 2014). При подходе к анализу фейковых новостей мы исходим из положения о том, что широкая представленность недостоверных (ложных) публикаций в СМИ, в том числе в интернет-контенте, обусловлена не только интенцией автора, но и дотекстовыми ожиданиями адресата. Цитата из стихотворения А. С. Пушкина: «Ах, обмануть меня не трудно!.. Я сам обманываться

рад!» как нельзя более точно отражает суть отношений фейкового текста и его адресата, обусловленных *дотекстовыми ожиданиями* последнего.

Понятие *ожидание* (*антиципация, предвосхищение, проlepsис, дивинация*) связано с когнитивно-языковой деятельностью; оно рассматривается в философии, психологии, педагогике, литературоведении, лингвистике и др. Более подробно аспекты рассмотрения понятия *ожидание* представлены в нашей статье (Ким, Беляева, 2019). **Лингвистический подход** к понятию *ожидания* (*предвосхищения*) представлен в ряде исследований, связанных с рассмотрением языка и языкового сознания в общетеоретическом плане (Арутюнова, 1999; Базылев, 2012), как средства речевой деятельности (Кашеева, 2017; Серебренникова, 2012; Фролова, 2010), при изучении механизмов понимания текста (Голев, Тармаева, 2012) и в других аспектах. Ключевыми для нас являются положения о заданности предвосхищения (Базылев, 2012) и презумпции текстуальности, о которой писал Б. М. Гаспаров (1996); о связи антиципации с мышлением (Ломов, Сурков, 1980), связи предвосхищения и языка, проявляющейся в разных способах овнешнения предвосхищения. Важными для дальнейшего анализа являются разработанные положения о предвосхищении смысла при интерпретации текста, при этом возможны сценарии как соответствия, так и несоответствия ожиданиям.

Предвосхищение (*дотекстовые ожидания*) включает такие компоненты, как *опыт* реципиента; *способность мышления* в ответ на стимулы, действующие в настоящем, предугадывать еще не наступившие события; *заданность* как интенциональность адресата; *языковые модели*, определяющие вектор предвосхищения; *образ текста; образ автора*.

Разработанные теоретические положения о сущностном характере предвосхищения как ментально-языкового процесса имеют богатый эвристический потенциал при исследовании взаимодействия автора и адресата фейковых новостей, воплощения

авторской интенции в фейках как реагирование на дотекстовые ожидания читателя – адресата текста, содержащего ложную информацию.

1 Материал исследования и методика его анализа

Материалом предлагаемого исследования являются фейковые тексты о коронавирусе, широко представленные в интернет-сети (Режим доступа - <https://lenta.ru/articles/2020/05/08/fakes/>; https://www.interfax.ru/russia/703023_10). Самая разная информация о новом вирусе заполонила российские и зарубежные официальные и неофициальные СМИ, интернет-издания. Эти публикации находят широкий отклик в комментариях читателей, в блогах интернет-пользователей, а также становятся объектом анализа в научно-лингвистических работах (Карасик, 2020; Садыков, Ахметьянова, 2020; Семенова, 2020; Федоров, Левицкая, Новиков, 2020). В результате анализа медийного дискурса о коронавирусе, представленного как в отечественных, так и зарубежных СМИ, В. И. Карасик резюмирует, что в массиве официальной информации об эпидемии преобладает рациональное изложение фактов, дополненное целесообразными рекомендациями о поведении в сложившихся обстоятельствах. Реакция активной части публики на эту информацию в значительной степени эмоциональна; обвинения в адрес власти сводятся к обличению ее некомпетентности и политически маркированы; в публичном анонимном дискурсе высока доля сарказма и черного юмора (Карасик, 2020, с. 31).

Стремительное распространение в Сети фейковых новостей о коронавирусе, являющихся объектом нашего анализа, обусловлено тем, что весь мир пребывал на карантине, и Интернет стал для всех главным источником информации, в том числе домыслов и слухов. Согласно официальным сведениям издания Интерфакс, «средняя упоминаемость тем, связанных с коронавирусом, на конец марта 2020 года составляла порядка 120 тысяч раз в сутки (30 марта) и

КИМ

достигла 884 тысячи упоминаний в сутки к 7 апреля 2020 года, 18 % информации, публикуемой на официальных сайтах, состоит из «вирусной» тематики» (Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/703023>).

По данным, полученным из системы управления репутацией СКАН, разработанной в “Интерфаксе”, в топ-5 “альтернативных” теорий происхождения вируса вошли фейковые новости о том, что коронавирус изобрели американцы (1727 публикаций); **коронавирус – разработка китайских ученых (1218 публикаций); источник коронавируса – 5G-вышки (717 публикаций); COVID-19 прилетел из космоса (350 публикаций); создание вируса профинансировал Билл Гейтс (200 материалов)** (Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/703023>).

Эти и подобные им публикации ориентированы на повышенный спрос аудитории на информацию, имеющую прямое или косвенное отношение к пандемии. Так, в статье ранее упоминаемых авторов, которые ссылаются на публикацию «В России вырос спрос на книги про вирусы и эпидемии (Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/v-rossii-vyros-spros-na-knigi-pro-virusy-i-epidemii-6-marta2020-191853>) подчеркивается, что Ozon отмечает увеличение спроса на эту категорию книг у читателей в 1,5 раза больше, чем на другие темы. В январе – феврале 2020 года удвоились продажи книг «Пандемия. Всемирная история смертельных вирусов» и «Вирусы. Скорее друзья, чем враги»; с начала февраля 2020 года на 195 % выросли продажи книги «Мифы о микробах и вирусах: как живет наш внутренний мир». Также отмечается рост спроса и на художественную литературу по теме пандемий: наиболее востребованными авторами оказались Альбер Камю («Чума») и Габриэль Гарсиа Маркес («Любовь во время чумы») (рост продаж за январь – февраль 2020 года – на 87 % и 64 % соответственно (Дейнека, Духанина, Максименко, 2020, с. 327).

При анализе фейковых новостей мы исходим из положения о том, что интенция автора фейков («Я хочу привлечь внимание аудитории,

I N T E R F A C E

поэтому рассказываю самые невероятные, сенсационные истории о коронавирусе, не заботясь об их достоверности») совпадает с дотекстовыми ожиданиями адресатов («Я хочу получить как можно больше информации о коронавирусе, причем как можно быстрее», «Я хочу получить информацию из авторитетных источников, к которым отношу СМИ и Интернет» и «Я доверяю той информации, которая сообщается в СМИ и Интернете»). Иными словами, интенции авторов фейков и интенции адресатов на получение информации порождают фейковые новости и являются триггером, способствующим их распространению.

При подборе фейкового материала мы исходили из дедуктивного принципа «Адресат хочет знать о пандемии, кто / что / как /каковы / какие / когда...». Подобранный для анализа фейковый контент, извлеченный из интернет-источников с указанием ссылок, был подвергнут верификации двумя способами: 1) анализ на наличие индикаторов фейков, которые были представлены выше; 2) официальное опровержение информации в авторитетных изданиях и его квалификация специалистами как фейка. Так, официальные издания неоднократно публиковали материал, информирующий о том, что распространяемые в сети новости являются фейковыми: «Твиттер» удалил новость о введении комендантского часа в Москве (Режим доступа: https://iz.ru/992193/2020-03-27/twitter-udalil-feik-o-komendantskom-chase-po-trebovaniu-roskomnadzora?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop), «В Москве опровергли информацию о распылении лекарств для дезинфекции с вертолетов» (Режим доступа: <https://tass.ru/moskva/8008419> 18), «Топ-5 фейков о коронавирусе» (Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/703023> 10) и другие.

2 Результаты исследования и их интерпретация

Собранные и верифицированные фейковые новости мы классифицировали в соответствии со сформулированными нами запросами адресатов на информацию:

КИМ

- Кто виноват, или кто является источником заражения?
- Какова статистика распространения коронавирусной инфекции?
- Кто из известных личностей заразился?
- Как проверить самому, что ты здоров?
- Какие действия мошенников и злодеев могут подстергать население?
- Какие меры принимает власть для борьбы с инфекцией?
- Какие народные способы можно использовать для профилактики заболевания?
- Существует ли вакцина от инфекции и где ее можно приобрести?
- А может нет никакого опасного вируса и распространение информации о ней кому-то выгодно?

Ответы на эти запросы адресатов эксплицитно или имплицитно содержатся в фейковом контенте. Иными словами, фейковые материалы – это реагирование авторов на запрашиваемую адресатом информацию, за получением которой они обращаются к «авторитетным источникам».

3 Кто является источником заражения?

СМИ и Интернет заполнили новости о том, что *«первые китайцы заразились коронавирусом от летучих мышей, которые свободно продавались для употребления в пищу на уханьских рынках»* (<https://newzfeed.ru/2020/03/20/10-fejkov-o-koronaviruse-v-kotor-ye-mnogie-uspeli-poverit/>). Такая новость вполне соответствовала ожиданиям адресата, поскольку существует устойчивый миф о том, что китайцы употребляют в пищу любую живность, не особенно заботясь о соблюдении санитарных норм. Далее эта информация стала интенсивно распространяться по всему миру, и массовый адресат получил ответ на волновавший его вопрос.

I N T E R F A C E

Однако китайский адресат ожидал получить информацию о другом источнике распространения инфекции, поскольку традиционная система питания в Китае ранее не вызывала подобных инфекций. В ответ на эти ожидания вскоре появляется новость о том, что вирус в Ухань могли завезти американские военные. Об этом 12 марта официальный представитель МИД Китая Чжао Лицзян написал в Twitter. В октябре 2019 года в городе прошли Всемирные военные игры, на которые Пентагон отправил 17 команд — более 280 спортсменов. *«Когда в США появился “нулевой” пациент? Сколько людей инфицированы? В какие больницы они были госпитализированы? Вероятно, именно американские военные привезли эпидемию в Ухань. Будьте откровенны! Обнаружьте данные. США должны все нам объяснить!»* (<https://twitter.com/globaltimesnews/status/1237974799999062016>). К твиту китайский дипломат приложил видео с фрагментом выступления главы Центров по предупреждению и контролю заболеваний (CDC) США Роберта Редфилда в Конгрессе. На видео Редфилд признает, что у некоторых американцев, которые, как считалось, умерли от гриппа, после смерти нашли коронавирус.

Для адресатов, ожидавших получить подтверждение теории заговора, получили распространение фейковые новости о том, что коронавирус искусственно выведен в секретных бактериологических лабораториях США: *«Американские военные вирусологи якобы синтезировали опасный вирус, экспериментируя с летучими мышами. А затеяли они всё это дело, чтобы одержать победу в торговой войне с Китаем»* (<https://zen.yandex.ru/media/id/5dde58b321552277da47ba1a/feiki-pro-koronavirus-s-ih-posleduiuscim-razoblacheniem-5e8322ab4b7ab909516e36db>).

Один из вариантов теории заговора представлен в фейковой новости о том, что *в водопроводную воду тайно добавляют отраву для заразы. Пить из-под крана - нельзя!* (<https://zen.yandex.ru/media/id/5dde58b321552277da47ba1a/feiki-pro-koronavirus-s-ih-posleduiuscim-razoblacheniem-5e8322ab4b7ab909516e36db>).

4 Кто из известных личностей заразился коронавирусом?

Адресат ожидает получить информацию о том, кто из известных личностей заразился этим вирусом. В ответ на этот запрос в фейках называются разные имена, которые известны как широкому кругу адресатов, так и жителям конкретного населенного пункта. Сообщается, что *«у понтифика и двух его помощников был диагностирован коронавирус»* (https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Ftsargrad.tv%2Fnews%2Fkoronavirus-perehitril-russkih-nazvana-oshibka-v-prognoze_249622).

5 Как проверить самому, что ты здоров?

Адресаты хотят знать здесь и сейчас, нет ли у них признаков заболевания. На этот запрос фейковый контент предлагает разные способы самопроверки, например такой: *«Тайваньские эксперты нашли простую и действенную самопроверку. Надо глубоко вдохнуть и задержать дыхание на 10 секунд. Не закашлялся – значит – здоров!»* (<https://zen.yandex.ru/media/id/5dde58b321552277da47bala/feiki-pro-koronavirus-s-ih-posleduiuscim-razoblacheniem-5e8322ab4b7ab909516e36db>).

6 Какие действия мошенников и злодеев могут подстергать население?

Адресаты, напуганные опасностью заболевания, а также возможными действиями мошенников, получают такие известия, которые попадают на благодатную почву, особенно если в доме есть дети и пожилые люди: *«По домам ходят люди! В мед и хим костюмах. Говорят, что в вашем доме зафиксирован случай заражения коронавирусом, проходит дезинфекция квартир! Заходят в квартиру, усыпляют газом и выносят всё из квартиры. Будьте бдительны, передайте дальше! Сразу на горячую линию и в Росгвардию звонить! Особенно предупредите детей*

и пенсионеров!» (<https://yandex.ru/search/?clid=2380813&text=j-kom%2Fsmolnarod.ru%2Fsn%2Fmedicina%2Fpo-domam-xodyat-ly-udi-v-ximkostyumax-usyplyayut-gazom-i-grabyat-massovaya-isteriya-v-socsetyax-okazalos-fe&l10n=ru&lr=64>).

7 Какие меры принимает власть для борьбы с инфекцией?

В социальных сетях и мессенджерах распространяется информация о том, что с вертолетов будут распыляться дезинфицирующие вещества. Причем в разных вариантах этого фейка уточняются подробности и детали: *«Сегодня в 23:00 и до 5:00 утра, вертолеты будут распылять лекарство для дезинфекции, окна и балконы должны быть закрыты и на улице после 23:00 находиться нельзя. Сообщили из военной части»*. И в таком варианте: *«никто не должен быть на улице сегодня вечером с 23:00. Двери и окна должны оставаться закрытыми, потому что 5 вертолетов распыляют дезинфицирующие средства в воздух, чтобы уничтожить Corona-virus. Обработайте эту информацию для всех ваших контактов»*.

Еще одна новость – власти Москвы предпринимают действия о закрытии города. *«Беспощадный пиарщик: Девочки, наши птишки сообщают, что уже имеют место отдельные случаи непронупка в Москву автомобилей жителей с пропиской в Подмосковье. Сообщают, что посты ГИБДД на подмосковных трассах обращаются с просьбой не двигаться дальше в сторону столицы. Планируйте, пожалуйста, свои перемещения соответственно и снизьте количество своих передвижений из области / в область и из столицы / в столицу»* (<https://riafan.ru/1261467-kakie-feiki-o-koronaviruse-rasprostranyali-rossiiskie-smi-i-inoagency-za-proshedshuyu-nedelyu>). И еще вариант на эту же тему. *«Ведомости: Как стало известно «Ведомостям», московские власти готовятся к режиму чрезвычайной ситуации в городе. Будет прекращена работа общественного транспорта, в том числе и метро, а город будет закрыт на въезд»* (<https://zen.yandex.ru/media/id/5dde58b-321552277da47bala/feiki-pro-koronavirus-s-ih-posleduiuscim-ra>

zoblacheniem-5e8322ab4b7ab909516e36db).

8 Какие народные способы можно использовать для профилактики заболевания?

Как хорошо известно, определенная часть населения привыкла больше доверять народным способам лечения. Именно таким адресатам и направлены фейки, предлагающие различные традиционные способы профилактики и лечения новой инфекции. С первых дней в соцсетях начали советовать народные средства для профилактики: алкоголь, детскую мочу, травы, чеснок. В мессенджере Whatsapp в начале марта распространилось аудиосообщение якобы от знаменитого врача Леонида Рошаля, в котором человек с похожим на его голосом призывал есть чеснок по утрам — глотать как таблетки. Информация подавалась так, будто Рошаль рассказал об эффективности этих мер на одной из своих лекций перед студентами-медиками. Президент НИИ неотложной детской хирургии и травматологии в интервью “Комсомольской правде” заявил, что это аудиосообщение – фейк (<https://www.kem.kp.ru/daily/27101.7/4174573/>).

В других сообщениях рекомендуется дышать водкой: *«Человек победил коронавирус за один день!!! Рецепт потрясает своей простотой. Александр Колосов – русский врач, 20 лет работающий в Италии в медицинской структуре, опекающей пожилых людей»* (<https://marafonec.livejournal.com/13854021.html>). Впрочем, в сети имеются многочисленные опровержения этого способа лечения (<https://www.mk.ru/social/2020/05/07/vrach-komarovskiy-razoblachil-kollegu-vylechivshegosya-ot-koronavirusa-vodkoy.html>).

Другие советуют, что для защиты от коронавируса надо брить бороды, усы и ходить в сауну. Избавляться от растительности на лице рекомендуют Американские Центры по контролю и профилактике болезней (<https://www.kem.kp.ru/dai->

[ly/27097.4/4170498/](https://ast.mk.ru/social/2020/04/03/eto-bred-vospalennoy-fantazii-minzdrav-otreagiroval-na-zhenskie-prokladki-vmesto-maski.html)). Предлагались советы использовать вместо маски, которые исчезли из продажи, женскую прокладку. «Сегодня ряд астраханских СМИ распространяет информацию о том, что врачам рекомендовано изготавливать маски из женских прокладок. Все публикации по данной теме идут со ссылкой на оппозиционного депутата, который на время вместо политика стал вирусологом» (<https://ast.mk.ru/social/2020/04/03/eto-bred-vospalennoy-fantazii-minzdrav-otreagiroval-na-zhenskie-prokladki-vmesto-maski.html>).

9 Будет ли заменено очное образование на дистанционное на постоянной основе?

В качестве ответа на подобные эксплицитные или имплицитные запросы родителей учеников была запущена следующая фейковая информация: *«10 апреля 2020 г. была запущена горячая линия Рособнадзора: 88003330831. Также открыта горячая линия Министерства Просвещения: 88002009185. Нужно позвонить по телефону, сообщив что против любой формы дистанционного обучения! Записывают по желанию: имя, фамилию, город, класс и что против. Если будет мало звонков, то с сентября будет дистанционное обучение на постоянной основе – принимается закон о дистанционном обучении. Так как на сегодня сообщают из минусов дистанционного обучения: отсутствие ПК, планшетов и тп. Мы должны защитить наше образование, наших учителей! Нам и нашим детям такое образование не нужно!!! Мы убеждены, что надо позвонить каждому жителю РФ. Присоединяйтесь!»*

10 Существует ли вакцина от инфекции и где ее можно приобрести?

В интернете за 10 000 российских рублей предлагают американскую вакцину (https://yandex.ru/news/story/V_Dagestane_moshenniki_predlagayut_amerikanskuyu_vakcinu_Pfizer--1909f46350589bd9d19b-

[46f420105862?lang=ru&rubric=Makhachkala&fan=1&stid=hOdOvK-b4Vg6mwvRIQ364&t=1611655574&persistent_id=127432229](https://www.vk.com/wall-46f420105862?lang=ru&rubric=Makhachkala&fan=1&stid=hOdOvK-b4Vg6mwvRIQ364&t=1611655574&persistent_id=127432229)).

11 А может, нет никакого опасного вируса и распространение информации о ней кому-то выгодно?

Скептикам адресуется фейк, распространяемый якобы доктором медицинских наук, который утверждает, что никакой эпидемии коронавируса нет и речь идет всего лишь о локальной вспышке не изученной ранее болезни. И далее автор предполагает, что эта “эпидемия” зачем-то и кому-то очень нужна. В качестве аргумента профессор Павел Воробьев приводит пример круизного лайнера, простоявшего две недели на карантине возле Йокогамы: *«Если бы вирус был действительно крайне заразным и смертельным, то, находясь в закрытом помещении так долго, все люди “сгорели” бы за это время. Вот вам конкретный пример, опровергающий все разговоры про пандемию, эпидемию и так далее», - заявил профессор»* (<https://sensay.mirtesen.ru/blog/43417573172/Feyk-vsemirnogo-masshtaba-Komu-ponadobilos-razduvat-epidemiyu-ko>).

Как видим, в содержательном плане контент фейковых новостей достаточно разнообразен и отражает различное множество запросов адресатов на информацию о коронавирусе.

Диктумно-модусная организация фейковых дискурсов ориентирована на тип *адресата, доверяющего авторитетному источнику*, к которому, несомненно, относится Интернет. Это прежде всего женщины, обеспокоенные здоровьем своих близких; мамы, заботящиеся об образовании своих детей, и иные категории лиц, которые пользуются Интернетом как источником для получения актуальной информации.

Можно выделить два типа адресатов фейкового контента в зависимости от предпочитаемой рецептивно-интерпретационной

I N T E R F A C E

деятельности при восприятии новостной информации: *рационально-логический* и *эмоционально-чувственный*.

Новостной фейковый контент, адресованный *рационально-логическому типу получателя информации*, содержит конкретную информацию, цифры, причинно-следственные конструкции. При этом авторы подобных фейков отсылают к якобы авторитетному источнику информации. Так, в соцсетях распространяется видеофрагмент с вырванной из контекста фразой зампреда правительства РФ Татьяны Голиковой: *«По итогам форума в Сочи, председателям правительства даны рекомендации до 1 мая установить плановые показатели общей смертности населения в своих региональных проектах, согласовав эти значения с министерством здравоохранения»*. Как оказалось, авторы этого фейка с целью манипуляции вырезали отрывок из реального выступления Т. А. Голиковой в рамках правительственного часа на пленарном заседании за 2019 г., в котором она обращалась к депутатам с просьбой отслеживать работу регионов в вопросе показателей смертности. А именно, контролировать снижение смертности в регионах и работать на уменьшение данного показателя, используя все имеющиеся ресурсы.

Инвестиционный форум в Сочи, о котором говорится в распространяемом ролике, в 2020 году по распоряжению правительства Российской Федерации от 03 февраля 2020 г. в запланированные даты не проводился, а новые сроки проведения на данный момент согласованы не были (<https://coronafake.ru/fakes/c-1-maya-umirat-budem-po-soglasovannomu-planu>).

Со ссылкой на авторитетные источники и аргументами в виде статистических данных появляются новости, в которых утверждается, что *«все больше врачей признают, что курильщиков среди заболевших коронавирусом необъяснимо мало»*. Информировается, что *наиболее подвержены заражению коронавирусной инфекцией некурящие*. Практически все они

ссылаются на исследования французских специалистов, которые обнаружили, что из примерно 11 тыс. пациентов, помещенных в парижские больницы с COVID-19, привычку к курению имели только 8,5% по сравнению с тем, что всего курят 25,4% населения. *«По словам российского сосудистого хирурга Армана Азаряна, он с коллегами обнаружил, что практически никто из инфицированных больных в клинике не просится курить. После того как он опросил на предмет пагубного пристрастия пациентов с COVID-19, оказалось, что из 130 пациентов лишь 11 курят или были курильщиками, т.е. 8,4%. Такой низкий процент вызвал подозрение у врача»* (Vse_bolshe_vrachej_priznayut_chno_kurilshhikov_sredi_zabolevshikh_koronavirusom_neobyasnimo_malo--8b402512f3ed67018231cf447fc9d1c4).

Однако ни в публикациях в СМИ, ни в исследованиях французских ученых не уточняется, курили ли данные пациенты ранее и как давно отказались от этой пагубной привычки.

Несмотря на то что во время очередного брифинга глава подразделения чрезвычайных заболеваний ВОЗ Мария Ван Керкхове подтвердила публикацию в СМИ подобных исследований, она подчеркнула, что они не проходили рецензирование и не имеют научных оснований. Минздрав также опроверг информацию о том, что коронавирус якобы меньше затрагивает курящих людей. Подобные информационные вбросы на фоне повсеместного отказа от курения могут быть выгодны в первую очередь лицам, заинтересованным в увеличении количества курильщиков и повышении спроса на никотин (<https://coronafake.ru/fakes/kurenie-spasaet-ot-zarazheniya-koronavirusom>).

Эмоционально-чувственный тип адресата – это лица, которые воспринимают информацию в целом, в негативном или позитивном модусе, доверяя прежде всего модусу, не требуя конкретных фактов. В социальных сетях Башкирии появилось анонимное сообщение реаниматолога-анестезиолога из Уфы: *«Реаниматологу-анестезиологу из Уфы в добровольно-принудительном порядке предлагают подписать отказ от*

I N T E R F A C E

надбавок за работу с больными коронавирусом. Не понимаю, зачем врачи вообще выходят на работу? Это же просто унижение». Конечно, данное сообщение вызвало возмущение читателей, на что и рассчитывали авторы фейковой новости. Минздрав Башкирии в свою очередь также опроверг данную информацию (<https://coronafake.ru/fakes/vracha-v-ufe-zastavili-otkazatsya-ot-putinskix-nadbavok>). Авторы следующего фейка также рассчитывают на общую негативную реакцию адресатов, недовольных действиями полиции. В Сети появился видеоролик с кричащим заголовком «Московская полиция устроила эпичную погоню за нарушителем самоизоляции». *«Видео в лучших традициях шоу Бенни Хилла сняли в Гольяново. Сперва полицейский автомобиль преследовал убегающего мужчину по газонам и кустам, затем силовики вышли из машины и бросились догонять его на своих двоих. Несмотря на хорошую фору, нарушитель самоизоляции все же был настигнут полицейскими и, по словам очевидцев, получил от них тумака».* В пресс-службе МВД заявили, что сотрудниками ППС был задержан мужчина, который попытался выбросить шесть свертков с веществом, которое, согласно проведенной экспертизе, является наркотическим средством N-метилэфедрон (<https://coronafake.ru/fakes/466>).

На реакцию эмоционально-чувственного типа адресата, включая категорию лиц пенсионного возраста, рассчитана информация-предупреждение о том, что *«по домам ходят люди! В мед и хим костюмах. Говорят, что в вашем доме зафиксирован случай заражения коронавирусом, проходит дезинфекция квартир! Заходят в квартиру, усыпляют газом и выносят всё из квартиры. Будьте бдительны, передайте дальше! Сразу на горячую линию и в Росгвардию звонить! Особенно предупредите детей и пенсионеров!»* (<https://yandex.ru/search/?clid=2380813&text=j-kom%2Fsmolnarod.ru%2Fsn%2Fmedicina%2Fpo-domam-xodyat-lyudi-v-ximkostyumax-usyplyayut-gazom-i-grabyat-massovaya-isteriya-v-socsetyax-okazalos-fe&lr=64>).

Этот вид фейковой информации имеет следующие дискурсивные

особенности: отсутствие статистических и цифровых данных; отсутствие конкретных фактов; оценочная лексика; эксплицитно выраженные или имплицитно представленные призывы к действиям; восклицательные или вопросительные конструкции.

12 Выводы

Научный интерес к возрастающему потоку фейковых новостей обусловлен не только их распространением в современных СМИ и интернет-пространстве, но и влиянием этого контента на сознание массового адресата.

Адресатоцентрический подход к описанию фейкового дискурса предполагает их исследование в аспекте решения вопросов «Что хочет знать адресат?», «Каковы типы адресата фейковых новостей?» Проведенный в этом аспекте анализ позволяет выявить основные темы фейковых новостей. В содержательном плане контент фейковых новостей достаточно разнообразен и отражает различное множество запросов адресатов на информацию о коронавирусе.

Диктумно-модусная организация фейкового дискурса ориентирована на тип *адресата, доверяющего авторитетному источнику*, к которому относится и Интернет. В зависимости от предпочитаемой рецептивно-интерпретационной стратегии при восприятии новостной информации выявляются *рационально-логический* и *эмоционально-чувственный* типы адресатов. Тип адресата детерминирует диктумно-модусную организацию фейкового контента.

Новости, адресованные рационально-логическому типу адресата, содержат конкретную информацию, цифровые данные; такой дискурс имеет логически организованную структуру, содержит причинно-следственные конструкции; лексические единицы лишены эмоционально-экспрессивных коннотаций, относятся

I N T E R F A C E

к нейтральным словам; дозированное использование терминов, в пунктуационном плане этот вид дискурса представлен повествовательными предложениями.

Новостной контент, рассчитанный на восприятие эмоционально-чувственного типа адресата, как правило, не содержит статистических и цифровых данных, в нем не представлены конкретные факты; при этом содержится оценочная лексика, а также эксплицитно выраженные или имплицитно представленные призывы к действиям; в пунктуационном плане такой дискурсивный контент содержит восклицательные или вопросительные конструкции.

Литература

- Wall, M. (2015). «Citizen Journalism: A Retrospective On What We Know, An Agenda for What We Don't». *Digital Journalism*, Vol. 3, 6.
- Арутюнова, Н.Д. (1999). *Язык и мир человека*. Москва: Языки русской культуры. 896 с.
- Арутюнова, Н.Д. (1981). «Фактор адресата». *Известия АН СССР. Серия литературы и языка*, Т. 40, 4. 356-367.
- Базылев, В.Н. (2012). «Предвосхищение и язык». *Предвосхищение и язык: Материалы Всероссийской научной конференции*: Москва: Изд-во СГУ, 9–50.
- Бикбаев, А.И. (2020). «Эпоха постправды в журналистике и ее роль в интерпретации фактов». *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*, № 5-1 (44), 130-133.
- Бурдикова, О.О., Наумова, Н.Г. (2019). «О степени адаптации в русском языке иноязычного слова *фейк*». *Общество. Наука. Инновации (НПК-2019). Сборник статей XIX Всероссийской научно-практической конференции: в 4-х томах*. 105-113.
- Гаспаров, Б.М. (1996). *Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования*. Москва: Новое литературное обозрение. 352 с.
- Голев, Н.Д., Тармаева, В.И. «Дивинация и когнитивная гармония в понимании текста». *Предвосхищение и язык: Материалы Всероссийской научной конференции*.. Москва: Изд-во СГУ. 118–135.
- Дейнека, О.С., Духанина, Л.Н., Максименко, А.А. (2020). «Фейки и особенности их распространения в СМИ и социальных сетях в период инфопандемии, вызванной COVID-19». *European Scientific Conference. Сборник статей XX Международной научно-практической конференции*. Москва, 326-340.
- Жуков, А.З. (2020). «Актуальные вопросы осуществления борьбы с фейками в Российской Федерации и за рубежом». *Новые юридические исследования. Сборник статей международной научно-практической конференции*. 166-169.
- Завалишин, А.Ю., Костюрина, Н.Ю.(2020). «Вирусная информация: проблема достоверности в условиях пандемии». *Проблемы и*

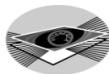
- перспективы социально-экономического развития России в XXI веке*. Хабаровск: Изд-во «Хабаровский государственный университет экономики и права». 90-99.
- Зырянова, М.О. (2020). «Способы противодействия распространению фейковой информации». *Общество: социология, психология, педагогика*, 6 (74), 80-83.
- Иванищева, О.Н. (2020). «Фейки как разновидность социальной информации». *Человек. Культура. Образование*, 1, 63-73.
- Ивлева, Е.Е. (2020). «Феномен *fake news* в социальных сетях и медиа». *Современная коммуникативистика: наука – практика – специальность. Всероссийская научно-практическая конференция*, 495 – 510.
- Ильченко, С.Н. (2016). «Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации». *Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия*, 14—18.
- Иссерс, О.С. (2014). «Медиафейки: между правдой и мистификацией». *Коммуникативные исследования*, 2, 112-123.
- Каминская, Т.Л. (2020). «Фактор адресата» в современной медийной ситуации: новые платформы и жанры». *Вестник ВГУ. Серия: Филология и журналистика*, 2, 109-111.
- Караджев, Б.И. (2014). «Фактор адресанта и адресата в дискурсе СМИ». *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность*, 3, 40-46.
- Карасик, В.И. (2017). «Фактоиды как лингвокультурное явление». *Политическая лингвистика*, 3, 21-30.
- Карасик, В.И. (2020). «Эпидемия в зеркале медийного дискурса: факты, оценки, позиции». *Политическая лингвистика*, 2, 25-34.
- Кашеева, А.В. (2017). «Антиципация в процессе письменного дискурса». *Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности*. Т. 12, 5, 25–31.
- Ким, Л.Г., Беляева, Е.С. (2019) «Дотекстовые ожидания адресата как фактор вариативности интерпретации политического текста». *Вестник Томского государственного университета. Филология. Искусствоведение*, 57, 48 – 62.
- Кошкарлова, Н.Н., Бойко, Е.С. (2020). «Фейк, я тебя знаю: лингвистические механизмы распознавания ложной

- информации». *Политическая лингвистика*, 2, 77-82.
- Ларкина, Е.В. (2020). «Новость, слух и фейк-ньюс в новостных программах телеканалов (на материалах региональных СМИ)». *Синтез науки и образования как механизм перехода к постиндустриальному обществу: Сборник статей Международной научно-практической конференции*. Уфа, 172-177.
- Ломов, Б.Ф., Сурков, Е.Н. (1980). *Антиципация в структуре деятельности*. Москва: Наука. 280 с.
- Милецкий, В.П., Черезов, Д.Н. (2020). «Фейк-ньюс» в цифровом обществе как симулякры виртуального пространства». *Информация – Коммуникация – Общество*, 1, 155-159.
- Мищенко, С.А. (2020). «Правовое регулирование фейковой информации в России (на примере фейковых новостей о COVID-19 в период пандемии)». *Медийные практики и медиаобразование: социокультурные аспекты. Сборник научных трудов*. Краснодар. 103-106.
- Невельская-Гордеева, Е. (2019). «Фейковые новости» как мировоззрение». *Аудиовизуальные медиавусловия в условиях трансформации социокультурной среды: материалы Международной научно-практической конференции*. 123-128.
- Осипова, Т.С. (2020). «Технологии противодействия Fake News в мировой практике». *Научный электронный журнал Меридиан*, 4, 30-32.
- Петрова, А.А. (2019). «Фейковые новости в аспекте лингвистической экспертизы». *Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот. Материалы международных научных конференций*. 165-169.
- Пономарев, Н.Ф. (2019). «Фейковые новости в информационной войне». *Филология в XXI веке*, 2, 54-64.
- Садыков, Д.И., Ахметьянова, Н.А. (2020). «Распространение фейковых новостей во время пандемии COVID-19». *Colloquium-journal*, 8-3, 30-31.
- Семенова, Е.А. (2020). «Фейковые новости на городском медиаполе в период пандемии коронавируса Covid-19 (на примере тамбовских СМИ)». *Научно-практические исследования*, 5-3, 62-65.

I N T E R F A C E

- Серебрянникова, Е.Ф. (2012). «Пролепсис как вид предвосхищения». *Предвосхищение и язык: Материалы Всероссийской научной конференции*. Москва: Изд-во СГУ, 207–215.
- Стернин, И.А., Шестернина, А.М. (2020). *Маркеры фейка в медиатекстах*. Воронеж. 34 с.
- Суходолов, А.П., Бычкова, А.М. (2017). «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия». *Вопросы теории и практики журналистики*, Т. 6, 2, 143–169.
- Федоров, А.В., Левицкая, А.А., Новиков, А.С. (2020). «Коронавирус как источник медийных манипуляций». *Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык*, 2, 69-80.
- Федоров, В.К., Афонюшкина, Н.В. (2019). «Проблемы и вызовы цифрового общества: тенденции развития правового регулирования цифровых трансформаций». *Сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции*. 179-181.
- Фролова, А.В. (2010). «Специфика исследования антиципации в речевой деятельности». *Вестник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета*, 20, 325–331.
- Харари, Ю. Н. (2019). *21 урок для XXI века*. Москва: Синдбад. 416 с.

[received December 12, 2020
accepted February 22, 2021]



Специфика реализации нарративности в конвергентном радиотексте

ЛАРИСА ЕРМОЛЕНКИНА

Томский государственный педагогический университет

Аннотация

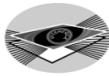
В статье рассматриваются языковые и коммуникативные эффекты конвергентного радио, сочетающего технологические и социокультурные особенности интернета и аналогового вещания. Обосновывается положение о статусе информации, конструируемой субъектами дискурса конвергентного радио в процессе коммуникативного взаимодействия. Возможность самовыражения и формирования идентичности адресата указывает на изменение его роли пассивного объекта – получателя информации. Пользователь сетевого ресурса радио становится активным субъектом дискурса, создающим его смысловое пространство. Анализ диалогической коммуникации в жанре комментария позволяет говорить о формировании стратегий манипулятивного воздействия на коммуникантов, основанных на технологиях нарратива.

Ключевые слова: конвергентное радио, диалогическая коммуникация, манипулятивное воздействие, нарративность.

© Лариса Ермоленкина

Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution-NonCommercial-ShareAlike» \(«Атрибуция-Некоммерчески-СохранениеУсловий»\) 4.0 Всемирная](#)

<http://interface.ntu.edu.tw/> or <http://interface.org.tw>



The Specificity of the Implementation of Narrativeness in Convergent Radio Text

LARISA YERMOLENKINA
Tomsk State Pedagogical University

Abstract

The article describes the linguistic and communicative effects of convergent radio, which combines the technological and sociocultural features of the Internet and analogue broadcasting. In the focus of this study is the thesis on the status of information, which is constructed in the social network discourse in the process of communicative interaction of users. The possibility of self-expression and the formation of the addressee's identity indicate a change in his role. The user of social network resource becomes an active subject of discourse and creates its semantic space. The analysis of the dialogical communication in comments on social network allows us to talk about the formation of strategies of manipulative influence on communicants, which are based on the technologies of narrative.

Keywords: convergent radio, dialogical communication, manipulative influence, narrativeness.

© Larisa Yermolenkina

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

<http://interface.ntu.edu.tw/> or <http://interface.org.tw>

Специфика реализации нарративности в конвергентном радиотексте

Технологическая интеграция медийных платформ обусловила появление таких социокультурных феноменов, как конвергентные медиа – функционально взаимозависимые источники трансляции и связи с адресатом (например, радио, интернет и телефон), реализующие комплекс мультимедийных средств взаимодействия с аудиторией. Суть медийной конвергенции проявляется не столько в факте схождения источников, сколько в их взаимном усилении (Аршинов, 2017; Пескова, 2013; Шестиренко, 2013 и др.) – это наблюдение исследователей гуманитарной проблематики трансмедиа фокусирует внимание на особенностях трансляции отдельных каналов.

Специфика дискурса конвергентного радио раскрывается в тех способах производства информации, которые отличают мультимедийное радио от аналогового источника. Если классические медиа конструируют знания, полученные в результате речемыслительной деятельности ее институциональных акторов, то в дискурсе конвергентного радио конвертирование информации в смыслы может происходить в процессе коммуникации пользователей, так как любой участник является потенциальным автором, влияющий на выбор темы и характер ее обсуждения.

Активная включенность адресата в процесс трансляции дает основания предположить, что его типологическая роль качественно изменена на этом витке развития СМИ: из объекта (мишени) воздействия он трансформируется в субъекта действия, создающего дискурс. Формальный характер организации вещания определяется технологическими возможностями интернет-коммуникации, которые позволяют субъектам социально-сетевому дискурсу встраиваться в разрозненную среду

I N T E R F A C E

многоканальных сетей, осваивая новые грани коммуникативной свободы через интерактивные действия поиска и запроса информации, управления ресурсом и т.д. Очевидно, что в дискурсивном пространстве конвергентных медиа реализуется такой тип свободы, которого не было ни в одной из прежних институциональных форм коммуницирования. В то же время исследование коммуникационных процессов в среде конвергентного радио позволяет увидеть и другую грань свободы, предоставленной адресату. А.В. Полонский пишет об эффекте ангажированной коммуникации – общении, организуемом массмедийным дискурсом: «...целью такого взаимодействия становится не обмен информацией, а формирование во встречном сознании комплекса установок, вовлекающих его в долгосрочный информационный проект» (Полонский, 2016, с. 70).

В русле этой тенденции актуально говорить о тех способах дискурсивного управления вниманием и активностью аудитории, которые реализуют гибридные структуры современной медиакommunikации.

В научной литературе проблема влияния массмедиа интерпретируется как проблема воздействия, истоки которой усматриваются в самом характере медийности – посредничестве между миром и человеком. По Ж. Бодрийяру, основной эффект моделирования реальности средствами массмедиа заключается в создании замещающих образов-конструкций, представляющих мир в виде мозаики из бесчисленных и несвязанных осколков – медиасообщений (Бодрийяр, 2001). Лингвистический аспект проблематики медийного воздействия представлен значительной традицией изучения способов и форм реализации дискурсивной власти (Дейк, 2013; Матисон, 2017; Fairclough, 1992 и др.), проявляемой, в том числе, через такие конструкты, как дискурсивная идеология (Холл, 1980), дискурсивная картина мира (Резанова, Ермоленкина, Костяшина, 2011).

Исследование коммуникации в пространстве конвергентного радио отражает установку на поиск закономерностей в осуществлении

контроля дискурса там, где он не демонстрирует эксплицитных стратегий реализации. В данной работе в качестве механизма дискурсивного управления вниманием адресата рассматривается нарративная структура, актуальная как для институционального текста (редакторского поста, новости – любого медиасообщения, определяющего повестку дня), так и для реактивно возникающей на основе его обсуждения коммуникации. «Нарративная структура медиасообщения как комплекс стратегий, организующих внимание реципиента через упорядочение элементов повествования» (Матисон, 2017, с. 125), рассматривается с точки зрения того, как под ее влиянием может быть упорядочен и изменен опыт воспринимающего.

В конвергентном пространстве радиовещания текст, иницирующий речевую активность пользователей, может пониматься как когнитивно-языковая и коммуникативная структура, связывающая представления о действительности на эмотивной основе, имеющей универсальный характер в границах различных жанров. Нарративный способ организации текста проецирует в коммуникативную практику пользователей модели социального действия – типовые способы поведения, в которых реализуется стратегия дискурсивного управления. Поскольку «трактовка текстов как нарративов является эффективным средством для анализа того, как объединяются отдельные элементы в масштабный текст» (Там же, с. 125), конвергентная среда текстовых комплексов, порождаемых в логике полиавторской и полиадресной коммуникации, может быть рассмотрена с точки зрения текста нового типа. Признаками, характерными для медиатекста, функционирующего в цифровом пространстве, являются «содержательно-смысловая и композиционно-структурная открытость, поликодовая многоуровневость и интегративность в границах разных медийных систем» (Казак, 2012, с. 103). Учитывая, что основным фактором текстопорождения в конвергентной среде является коммуникационная интерактивность, следует рассматривать нарративность в широком диапазоне проявлений – вербальном, семиотическом, коммуникативном.

I N T E R F A C E

В русле нарративной теории медиа рассматриваются эффекты фейковости, кликбейта, постправды. Однако позиции исследователей относительно нарративного характера медийного текста могут быть аспектированы обращением к новейшим формам медиа, реализующим сложный характер переплетающихся стратегий воздействия и взаимодействия с аудиторией.

В информационно-коммуникационной среде конвергентного радио актуализируются два типа нарративных структур, организующих опыт восприятия информации и опыт поведения в дискурсивной среде. В первом, линейном типе повествования иницирующего текста отражается последовательная, с точки зрения представляющего ее автора, связь между локальными, темпоральными и каузативными элементами, кодируемая через эмоционально-оценочные механизмы языка. Второй, нелинейный, способ реализации нарративной структуры прослеживается в границах интерактивной коммуникации, субъекты которой самостоятельно достраивают предлагаемую институциональными авторами модель мира, но при этом находятся в границах определенного диапазона интерпретаций. Результатом интерпретации может стать тематическое расширение или, наоборот, локализация, смысловая и концептуальная перестройка содержания, но общим основанием для ветвящихся тематических отхождений остается эмоциональный план обсуждения, актуализированный иницирующим текстом. Подключившийся к потоку адресат может рассматривать такой текст последовательно или выборочно. Суть нелинейности заключается в комбинации *автор нарратива – читатель*: в процессе интерактивного развития нарратива интерпретация пользователя может стать авторством для другого читателя и т.д.

Процесс интеракций, организуемый вокруг обсуждаемого текста, структурируется его значениями: послышки текста, актуализируемые в виде концептуальных смыслов, остаются в импликации, но определяют коммуникативный сценарий взаимодействия участников, выбор стратегий и языковых средств.

«Повестка дня», заданная обсуждаемым текстом, «впечатывает» в сознание коммуникантов ментальные схемы, определяющие направление восприятия и реакций. Как правило, текстовые сигналы направляют внимание субъектов на детали, важные для развития темы в эмоциональном ключе. В результате действия нарративных структур у реципиентов формируется стереотип того, *как* надо думать и действовать в процессе обсуждения новостного, аналитического или развлекательного текста. Для аудитории, предпочитающей готовые интерпретации событий аналитическим выводам, подобные общемедийные установки реализуют режим инфотейнмента – развлекательно-рекреационной деятельности, в процессе которой коммуниканты конструируют спонтанный образ мира и эмоционально переживают его.

В данной работе рассматриваются механизмы реализации нарративности как структуры, реализующей регулятивную функцию в границах институционального дискурса конвергентного радио. Дискурсивный анализ в данном случае позволяет проследить общие закономерности функционирования нарративности с точки зрения образования смыслов, значимых для реализации действий коммуникантов – социально типовых действий в границах дискурса. Функциональный потенциал нарратива рассматривается в аспекте структур, которые обеспечивают динамику взаимодействия линейной (текстовой) и нелинейной (интерактивной) моделей: автор (способ актуализации), тема (предмет повествования), сюжет (динамика развития действий в тексте и действий коммуникантов), участники (способ коммуникации – конфликтный / диалогический), конфликт (интрига, механизм активации действий участников). Необходимо учитывать, что нарративные структуры реализуются в медийном тексте нового интегративного генеза, обладающего принципиальной открытостью на коммуникативном, содержательно-смысловом и структурном уровнях, сложностью взаимодействия вербального и невербального кодов. Полноправную роль в формировании смыслового целого играют не только семиотические средства видео, графики, анимации, но

I N T E R F A C E

и акциональный код пользования ресурсом (чтение, просмотр видео, переходы по ссылкам, оставляемые комментарии, репосты и т.д.).

Мультимедийный характер конвергентного радиотекста обусловлен взаимодействием двух медийных платформ, что обеспечивает в свою очередь интеграцию ценностных моделей мира (дискурсивных картин мира), формируемых в каждом источнике. Ценностное пространство сетевого радио лимитировано базовыми установками общего медийного и локального дискурсов: с одной стороны, это привлечение лояльных адресатов и распространение ресурса в среде новых пользователей, а с другой – собственно форматная концепция, восходящая к тем нормам, которые структурируют дискурс аналогового источника. В данном случае рассматривается текстовый материал социально-сетевой версии канала «Эхо Москвы». Канал характеризует установка на разговорность, просветительскую направленность и возможность любого радиослушателя стать интерактивным пользователем портала. Специфика вещательной концепции канала проявляется в дискуссионном характере обсуждения актуальных проблем политической действительности, освещении значимых сторон жизни общества. Как правило, студийный способ работы с подобными темами предполагает полифоническую форму – обсуждение с участием экспертов, политиков, известных публичных деятелей. Концепция социально-сетевого радиовещания обусловлена технологическими особенностями платформы: текст на веб-странице сайта обычно не превышает 100-150 слов, представляя значительную редукцию аналогового прецедента. Основное отличие текста сетевого формата заключается в его сжатости и выраженном эмоциональном посыле, независимо от жанровой направленности.

В данной статье представлен материал двух интерактивных сессий (около 30 страниц письменной синхронной и асинхронной коммуникации), участники которых комментировали редакторские посты.

В цифровой среде интернета иницилирующий текст реализует комплексный, поликодовый характер на пересечении различных средств вербальной и невербальной семиотики. Принцип обусловленности текста медийной платформой – каналом передачи – детерминирует равноценность семиотических кодов, когда нельзя, согласно Р. Барту, воспринимать изображение иначе, чем как вспомогательный элемент вербального текста (Барт, 1989). Важную роль играет контекст восприятия, под влиянием которого актуализируется та или иная сторона семиотического целого. Культура сетевого времяпрепровождения построена на внимании к визуальным образам, которые формируют канал перетекания эмоций от истории к истории. Рассматриваемый ниже пример демонстрирует подобную закономерность. Фотография и вербальный текст сообщают о визите политического деятеля. Код визуальной семиотики транслирует смыслы неуверенности, торопливости и растерянности, эксплицированные в образе женской фигуры, передвигающейся под зонтом. Кадр, передающий настроение, взаимодействует с вербальным текстом, проясняющим ситуацию, но вектор эмоционального восприятия уже задан визуальным нарративом. Конфликтный характер повествования, значимый для восприятия новости как занимательного повествования, выражается через языковые маркеры и семиотический код фотографии.

*Премьер-министра Великобритании Терезу Мэй не встретили у автомобиля, когда она приехала на переговоры в Берлин. Как пишет британская газета *Independent*, когда машина с главой правительства остановилась возле резиденции канцлера Германии, Ангела Меркель не вышла на улицу. Впрочем, после того, как Тереза Мэй зашла внутрь, оба лидера еще раз вышли из резиденции, чтобы поприветствовать журналистов. Мэй прилетела в Берлин обсуждать новый перенос сроков выхода Великобритании из Евросоюза.*

<https://echo.msk.ru/news/2404737-echo.html>

I N T E R F A C E

Суть повествования разворачивается как конфликт между должным и наличным: автором в качестве интриги выделен момент отступления от регламента, который проинтерпретирован с точки зрения символического смысла: «не встретили» в этом контексте означает «проигнорировали».

Отсутствие категории автора в новостном тексте является одним из маркеров объективности, но в данном случае авторская позиция обозначена достаточно эксплицитно и отражает аксиологические установки дискурса: обеспечить эмоциональный фон восприятия. Институциональная позиция, проявленная в новостном жанре через актуализирование эмотивной стороны содержания, определяет то поле тяготения, в котором фокусируются все сюжетные линии.

Принцип действия нарративной структуры проявляется в том, как в нем комбинируются микротемы. Если в реальной жизни причинно-следственные связи отражают последовательно произошедшее, то в медийном нарративе события моделируются согласно позиции редакции и видения журналиста. В данном случае текст демонстрирует установку на псевдокаузативные связи: событие произошло, но актуальным становится не сам факт его очевидности, имеющий важный политический смысл, а то, что были совершены некие атрибутивные по отношению к факту действия: «не встретили...», «...не вышла...». В результате серьезность политического факта выхода Великобритании из ЕС нивелирована и предложена для интерпретации в эмоционально-оценочном ключе. Для пользователей, прореагировавших на сообщение, именно эти сигналы стали определяющими в интерпретации события:

Д. С.

Это бабские терки

Борис Савельев

Она утомила

Ангел Хранитель

Давайте там эскит, а к нам энтер. Лондон це Россия.

Слава империи!

Yuri Nikolaev

Обиделась... BRain'sEXIT 🗣️

Михаил Бегичев

Дорогу покажешь?

Критическая основа для восприятия новости и форма ее подачи разворачивают предмет обсуждения в сторону фатики и дискредитирующих смыслов. Посыл дискурса, актуализируемый в языковом способе оформления информации, остается в импликации, но определенным образом влияет на активность коммуникантов, руководит выбором языковых средств и стратегий общения. Большинство участников используют тактики дискредитации, объединяясь с целью эмоционально-оценочного обмена. Мнения, реализующие аналитический план обсуждения, немногочисленны и остаются без ответных реакций.

Владислав Гордейко:

мне кажется британия поставила себя в такое положение. что теперь брюссель понял что можно больше выжать из выхода лондона из ес. конечно британия уже не вернется в ес и второго референдума не будет. потому что если вдруг больше будет за то что бы остаться в ес . то лондон лишится все привилегий что имел.

Диалогический характер взаимодействия с дискурсом представлен в следующей реплике, автор которой говорит о презумпции объективности, но это мнение также не становится источником для развития коммуникации, как и предыдущее:

Ну Эхо, ну не серьёзно же. На такого рода жесты имеет смысл обращать внимание в монархиях и на худой конец в авторитарных режимах, но не в демократиях же смотреть, кто с какой ноги через порог переиёл и как кому руку подал. Это уровень России 24.

I N T E R F A C E

Еще два комментария демонстрируют рассогласованность позиций авторов и дискурса. Пользователи отмечают несоответствие способов подачи информации и своих ожиданий, но предшествующий контекст снижает критический посыл, переводя его в русло анекдотических реплик:

Владимир Потапов

Тереза с Анжелой в контрах.... такие новости геополитики....

Серёга Биттнер

Ещё напишите, где и когда она чихнула...

В результате совместной речевой деятельности коммуникантов формируется конечный продукт дискурса – партиципаторная новость, семантика которой не отделима от мнений и оценок комментаторов. Определяющую роль при обсуждении политической информации сыграли конвенции социально-сетевого общения, имплицитированные семантико-грамматическим и визуальным кодами иницирующего текста. В результате взаимодействие коммуникантов становится праздноречивым и отрицающим любую аргументационную перспективу, кроме эмоциональной. Неформальный тон общения свидетельствует о важности поддержания социального контакта, об установке на рекреационный характер общения. Механизм информационного нарратива проявляет себя в организации способов адресной актуализации: для коммуникантов становится важным не размышлять, а чувствовать себя сведущими в важных вопросах. Дискурсивное воздействие, актуализированное нарративной структурой текста, проявляется в эффектах подхватывания эмоционального тона редакторского поста. Большинство участников обсуждения продемонстрировали готовность его поддерживать и развивать. Пользователи, не прореагировавшие на посыл, прокомментировали действия других участников и авторов текста (редакцию «Эха Москвы»), также выделяя для собственной оценки нарративный конфликт исходных сообщений (факт нарушения политического этикета). Представляется, что сама институциональная инициатива – обсуждать политическую

новость в ироничном ключе – ввела адресатов в заблуждение относительно нефэйковости информации.

Содержание следующего иницирующего поста раскрывается в видеосюжете с экс-политиком и руководителем нефтяной компании М. Ходорковским, который комментирует решения Международного Апелляционного суда, определившего компенсацию бывшим владельцам. Автор сообщает об официальной позиции российской стороны, которая подписала договор об удовлетворении иска, но не ратифицировала его. Заявляя о собственной позиции в этом вопросе, автор отмечает факт непричастности к стороне иска: *«Из компании акционеров я вышел в 2003 г. Поскольку я долгое время был владельцем и руководителем ЮКОСа, то сразу после решения Гаагского суда получил много вопросов, поздравлений и упреков одновременно. Так кто, за что и от кого получит назначенные судом 50 миллиардов долларов, и что это для нас всех значит? Об этом и поговорим сегодня»* (<https://echo.msk.ru/blog/mbk313373/2591930-echo/>).

Центром нарративной истории и способом организации внимания адресатов стал актуализированный в тексте конфликт между субъектами политической системы страны. В речи выступающего противодействие сторон маркировано средствами выражения экспрессии и оценки: *кремлевская свора украла, Путин и его шайка..., взбеленились, потому что если придется выплачивать, то из своего кармана; сотни миллиардов другу Миллеру в Газпром..., пропаганда врет и т.д.*

Таким образом, способ подачи информации очевидно демонстрирует установку на полемическую заостренность критического посыла. Основа обсуждения, «закладка» его аксиологического фундамента формируется через столкновение ценностных картин мира коммуникантов. Основой для формирования конфликтного поля становится моральный концепт – понятие справедливости, которое предлагается проинтерпретировать в диапазоне заданных текстом оценок и эмоций.

I N T E R F A C E

Нарративная структура персонажа актуализирует образ отстаивающего правду, критикующего оппонентов и предлагающего свою аксиологическую модель мира, которая должна совпасть с ожиданиями адресатов. Оценочно-смысловая доминанта, сформированная в речи автора на основе представлений о справедливости (с точки зрения своей правды), актуализируется в комментариях пользователей, выражающих согласие с заявленным тезисом и опровергающих его. Авторы высказываний, поддерживающие Ходорковского, обращают внимание на положительные стороны его деятельности: благотворительные акции и программы.

nf509600421 февраля 2020 | 06:09: А почему никто не вспоминает о благотворительных программах компании ЮКОС? А ведь это были программы постоянного финансирования реабилитационных центров, помощи пожилым, финансирование развития малого бизнеса в четырех городах Сибири, учебные программы для журналистов еще многое другое. Акцентирую внимание на том, что это не разовые подарки детям, пожилым в праздники, а постоянная, регулярная помощь. Так должен работать бизнес в цивилизованном обществе, так и работал ЮКОС.

Farihjon Ismatov: дело в том, что не все могут заниматься бизнесом в силу своих способностей. Поэтому те, кто это в состоянии делать, обычно занимается благотворительностью, и это нормально. Главное, чтобы это были не показательные выступления, а реальная постоянная помощь. Так существуют все цивилизованные государства. Назовите мне хоть одного бизнесмена России, которые вложили деньги в развитие России, а не в собственную недвижимость. Вот чем от них отличается Ходорковский.

В общем контексте всех последующих рассуждений это наиболее слабые позиции, для которых характерна официозность стиля,

отсутствие маркеров эмоциональности. Противоположной оценочной доминантой стала идея, дискредитирующая образ политика и его представления о справедливости. Оппоненты лагеря Ходорковского с большей эмоциональностью и лингвокреативностью заявили о своей позиции. В частности, автор следующего высказывания использует прием разоблачения от первого лица:

Я ночами разгружал вагоны с радиоактивными отходами в США и накопил 50 миллиардов долларов. Эти деньги я инвестировал в российскую экономику. За эти деньги я открыл новые месторождения, освоил их. Зарплата у рабочих была по 4 тыс. долларов. Я платил налоги в российскую казну больше, чем кто либо. Зарплаты у меня белые, с офирами не связан. Вот какой я молодец и чё жсы не отдаёте мои деньги?

В комментариях оппонентов таким образом концептуализируется профанный образ мира, в котором благотворительность и справедливость рассматриваются с точки зрения политической выгоды.

Агональный характер дискуссии, обусловленный противостоянием защитников и оппонентов, не замыкает коммуникацию на обсуждении сюжета, связанного с деятельностью героя (Ходорковского). В потоке высказываний прослеживаются мнения, апеллирующие к самому широкому кругу философской, культурной проблематики справедливости.

Механизм развития нарративности в границах интерактивной коммуникации актуализирован аксиологическим конфликтом, который реализуется через категорию финала. Обычно в историях медийного формата финал предопределен эксплицитностью знания автора, его позицией. Конвергентный контекст выдвигает в качестве основного лица, определяющего ход рассуждения, интерактивного адресата, размыкающего финал в перспективу

I N T E R F A C E

диалогической коммуникации. Публицистический регистр, заданный форматом аналогового радиоканала (ценности либерализма, свободы самовыражения), инкорпорирует в смысловое пространство диалога те установки, которые направляют ход рассуждения к вопросам, значимым для формирования общественного мнения. В комментариях *справедливость* концептуализируется как философская категория, осмысленная с точки зрения негативной перспективы. В процессе диалогического взаимодействия бытийный смысл справедливости противопоставляется профанному – *благотворительность компании*. Рассматриваемый диалог демонстрирует установку на символический уровень интерпретации, эксплицирующий скептические оценки и соответствующие образы: благотворитель – «робингуд-жулик, раздающий «чипсы-подачки».

Своеобразным итогом философских рассуждений коммуникантов становятся реплики, выражающие тотальное неверие в социально-политическую справедливость:

Вчера был феодализм, а сегодня уже социализм. К хорошему бюрократу ты на пушечный выстрел не подойдешь. Ведь всё видите. И всё понимаете. Был-был феодализм, был-был, и потом вдруг пропал. Куда делся? Поэтому-то они болтают и болтают и болтают. Слово – это их оружие. Обман – это их боевые приемы. Оборона – тотальное неверие ни во что.

Характерно, что именно в этом моменте «оторванности» от сюжетной канвы полемики образуется новая коммуникативная лакуна с потенциалом диалогичности. Случайные реплики-перебивки, временная интервальность между содержательно связанными высказываниями, неэксплицированность элементов речевого этикета (входа в коммуникацию и выхода из нее) маркируют непосредственное, спонтанно возникающее взаимодействие. В данном примере формальными средствами диалогического маркирования выступают прямые обращения (*вы*

верите; думаете, нет благотворительных программ; назовите хотя бы одну благотворительную программу; ребята, опомнитесь; почитайте сами; перестаньте цитировать и т.д.), лексические и синтаксические повторы (перестаньте цитировать... – как это перестать цитировать; а почему никто не вспоминает о благотворительности?... – а потому что робингуды – это те же жулики; это должно быть цивилизованно... – это очень цивилизованно (с иронией)). Тенденция к помещению рематических компонентов в начало высказывания (зачем долго рассуждать???) Никакие ходоровские мошенники и убийцы не получают эти 50 миллиардов...; Ага. Это очень “цивилизованно”. Прибрать к рукам фактически за копейки огромную нефтяную компанию).

Таким образом, в среде конвергентного вещания нарративность проявляет себя как динамичный когнитивно-языковой и коммуникативный феномен, обеспечивающий способ организации вещания. Мультимедийный формат конвергентного радио, актуализирующий ресурсы интерактивной коммуникации и невербальной семиотики, формирует качественно иной, по сравнению с текстами аналоговых источников, медийный продукт. Его характеризует установка на эмотивный план повествования, конфликт ценностей, интеграция текстовых (вербальных и невербальных) и коммуникационных структур в границах нарративных моделей. Высокая степень вовлеченности адресата в процесс интерактивной коммуникации обнаруживает не только проявление его свободы и самостоятельности в выборе вектора реагирования, но и определенную зависимость от институциональных установок. Нарратив, функционирующий в мультимедийном тексте в качестве механизма организации речевой деятельности адресатов, реализует два сценария. Актуализируемые исходным текстом реакции эксплицируют принцип примыкающей коммуникации, когда адресаты считывают медийный сюжет с точки зрения его эмоционально заряженной интриги; смыслы, конструирующие дискурс, не предполагают аналитической глубины и онтологического обеспечения. В этом случае результат коммуникативной деятельности значим с точки

I N T E R F A C E

зрения рекреативной составляющей. Эта закономерность в большей степени характерна для новостного жанра. В публицистическом тексте может реализоваться иной нарративный сценарий, согласно которому ожидания пользователей, их реакции и действия также программируются средствами фатики. Но возможность формирования тематических ответвлений и собственных коммуникативных лакун может организовать диалогическую линию коммуникации, в чем видится специфика конвергентного радио, транслирующего как общемедийные установки (массовость и развлекательный характер), так и локальные (общекультурная концепция прототипического канала).

Литература

- Аршинов, В.И. (2017). «Социо-антропологические измерения конвергентных технологий. Модели, прогнозы, риски». Курск: «Университетская книга».
- Пескова, Е.И. (2013). «Специфика мультимедийной статьи как ключевого жанра конвергентного СМИ // Медиатекст как целевой элемент журналистского образования в условиях конвергенции СМИ» / под ред. Л.П. Шестиренко. Челябинск: РЕКПОЛ.
- Шестиренко, Л.П. (2013). «Телерепортаж как основа конвергентного медиатекста в процессе журналистского образования» // Медиатекст как целевой элемент журналистского образования в условиях конвергенции СМИ». Челябинск: РЕКПОЛ.
- Полонский, А.В. (2016). «Медийный текст и его статус в современной культуре» // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования; актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиаобразования в России и за рубежом / Под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. Белгород, 15, 68–74.
- Бодрийяр, Ж. (2001). «Система вещей» // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/3496>.
- Дейк, ван Т.А. (2013). «Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации». М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.
- Fairclough, N. (1992). «Discourse and Social Change». Cambridge: Polity Press.
- Holl, S (1980). «Encoding, decoding in the television discourse» // Holl, S, Hobson, D. & Lowe, P. Culture, Media, Language. Landon: Hutchinson.
- Резанова, З.И., Ермоленкина, Л.И., Костяшина, Е.А. и др. (2011). «Картины русского мира: современный медиадискурс» / Ред. З.И. Резанова. – Томск: ИД СК-С.
- Матисон, Д. (2017). «Медиадискурс. Анализ медиа-текстов.

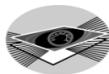
I N T E R F A C E

Исследования медиа и культуры». Харьков: Гуманитарный центр.

Казак, М.Ю. (2012). «Специфика современного медиатекста» // Лингвистика речи. Медиастилистика. Москва: Флинта: Наука. С. 320–334.

Барт, Р. (1989). Риторика образа. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. М.: Прогресс. С. 297–318.

[received December 30, 2020
accepted February 22, 2021]



Проблема адаптации фактов истории литературы в условиях кризиса верификации: случай П.П.

Бажова

МАРИЯ ЛИТОВСКАЯ

Государственный университет Чжэнчжи

Аннотация

В статье поставлена проблема адаптации фактов творческой биографии писателя современными медиа на примере формирования и трансформации образа классика русской литературы XX века Павла Петровича Бажова (1879—1950).

Условия существования классического наследия приводят к необходимости постоянного обновления интерпретации фактов жизни и творчества авторов, признанных классиками. Это стимулирует научное изучение творческой биографии писателя, но также инспирирует появление текстов, риторически закрепляющих его стереотипизированный образ.

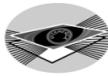
В условиях традиционного функционирования социального института литературы складывается система формирования актуального историко-литературного знания с иерархической системой проверки новых фактов, их интерпретаций авторитетными группами экспертов. Происходящий кризис статуса экспертизы разрушает инструменты верификации, расширяет разрыв между текстами для «академии» и для «широкой публики». Редукция творческой биографии классика приводит к тому, что неверифицируемые факты, вызывающие у публики поверхностную эмоциональную сопричастность, оказываются наиболее тиражируемым.

Ключевые слова: социальный институт литературы, СМИ, экспертное сообщество, история литературы, П.П. Бажов.

© Мария Литовская

Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution-NonCommercial-ShareAlike» \(«Атрибуция-Некоммерчески-СохранениеУсловий»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

<http://interface.ntu.edu.tw/> or <http://interface.org.tw>



The problem of adapting the facts of literary history in the context of the verification crisis: Pavel Bazhov's case

MARIA LITOVSKAYA
National Chengchi University

Abstract

The article is devoted to the problem of adapting the facts of the writer's creative biography by media on the example of creating and re-creating the public image of the classic of Russian literature of the XX century Pavel Petrovich Bazhov (1879—1950).

The conditions for the existence of classical heritage lead to the need to constantly updating the interpretation of the facts of life and creativity of authors recognized as classics. This stimulates the scientific study of the writer's work, but at the same time inspires the appearance of quasi-scientific or openly unscientific texts that rhetorically set stereotypes of writer's perception.

In the conditions of traditional functioning of the social Institute of literature, a system of formation of current historical and literary knowledge is formed with a hierarchical system of verification of new facts and their interpretation by authoritative groups of experts. The expertise crisis destroys verification tools and widens the gap between the texts for "Academy" and for the "General public". The specific media-reduction of the creative biography of a writer leads to the fact that unverified information arousing superficial emotional involvement in the public is the most replicated.

Keywords: social institute of literature, mass media, expert community, history of literature, Pavel Bazhov.

© Maria Litovskaya

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

<http://interface.ntu.edu.tw/> or <http://interface.org.tw>

Проблема адаптации фактов истории литературы в условиях кризиса верификации: случай П.П.

Бажова

Важнейшей особенностью современного глобализированного общества является непрерывное нарастание потока информации. При этом, по мнению французского философа и социолога Ж. Бодрийяра, возникает «парадокс глобализации»: «передозировка информации приводит к дезинформации, порождая энтропию» (Жан Бодрийяр, 2006). Технологические возможности скоростных интернет-потоков, создавая условия для резкого увеличения количества текстов, приводят к постоянному наложению друг на друга множества истинных и ложных суждений, которые потребитель океана массмедиа-сообщений оказывается не в состоянии соотнести ни с реальностью, ни даже друг с другом.

Такое положение вещей порождает своеобразный феномен, который медиа обозначили словом постправда,¹ и в российской традиции под ним имеют в виду «несколько феноменов, которые друг друга частично поддерживают, а частично отрицают и опровергают. С одной стороны, это засилье беспринципной пропаганды, когда у людей зачастую нет желания искать альтернативные источники информации <...>. С другой стороны, это ситуация, когда люди не хотят верить экспертам <...>, которые изрекают какую-то истину» (Медведев, 2016). При философском

1 Понятие post-truth драматург Стив Тесич использовал в эссе “A Government of Lies”, чтобы описать изображение средствами массовой информации конфликта в Персидском заливе, в 1992 году (Tesich, 1992). Через двенадцать лет журналист Ральф Кейес пишет книгу об “эре постправды” (Keyes, 2004). Проходит еще двенадцать лет, и в 2016 году слову post-truth, по версии Оксфордского словаря, присваивается титул «слово года», за ним закрепляется устойчивое словарное значение: “relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief” (Oxford Languages, 2016). Русский дословный перевод – постправда – начинает широко использоваться российскими медиа примерно с того же 2016 года. В национальный корпус русского языка на момент написания статьи слово постправда включено не было (Проверено 28 октября 2020 по URL: <https://ruscorpora.ru/old/search-main.html>.)

анализе глобализованного гиперинформационного общества подчеркивается неизбежность дезинформации, анализ медийной стратегии и тактики политической журналистики акцентирует внимание на фабрикации дезинформирующих сообщений с целью продвижения расходящихся интересов конфликтующих сторон. Характеристика феномена постправды в случаях, казалось бы, далеких от очевидных политических целей, находящихся в сфере «чистой» науки или образования, заставляет рассматривать его, в первую очередь, с точки зрения точности и проверяемости информации.

В своей статье я характеризую проявления феномена постправды в современном функционировании литературы как социального института, а также предлагаю вариант интерпретации причин распространения неточной информации в литературном просвещении. В качестве материала для анализа взята творческая биография русского литератора Павла Петровича Бажова (1879–1950).

1 Бажов как классик русской литературы XX века и *genius loci* Урала.

Осознанное или неосознанное искажение информации о каком-то лице предполагает, по крайней мере, существование общественного интереса к нему. В российском обществе в силу его специфического литературоцентризма (Литовская, 2014) постоянной темой в СМИ является информация о такой группе писателей, как классики мировой и, в первую очередь, русской литературы.

В социальном смысле классика – ценностное «ядро» любой национальной культуры, и роль, которую классика как носитель нормативности играет в обществе, неизбежно приводит к необходимости регулярно совершать в отношении разнородных текстов и их авторов символические жесты, подчеркивающие

их значимость. В случае литературы речь идет о переиздании текстов авторов, причисляемых к классикам, о включении соответствующих произведений в списки обязательного для всех членов общества чтения, о формировании специальных памятных мест, где происходит цитирование классических текстов, вроде спектаклей или выставок, о назывании именами классиков улиц и общественных учреждений, об установке им памятников, обозначении мемориальными досками мест их пребывания, создании домов-музеев и т.п.

П.П. Бажов в русской культуре получил статус классика еще при жизни, и знаки социального почтения по отношению к нему исправно соблюдаются. Писатель умер 3 декабря 1950 года, а уже 25 января 1951 года Советом Министров СССР принято постановление об увековечивании памяти П.П. Бажова. В честь писателя были переименованы улицы в разных городах СССР, открыты мемориальные доски на домах, где он жил, учился и работал, названы библиотеки и парки. С 1960 года по постановлению Совета Министров РСФСР городская усадьба П.П. Бажова в Свердловске начала охраняться как памятник государственного значения, и в 1969 году в ней был открыт мемориальный дом-музей П.П. Бажова. В 1982 году еще один дом-музей был открыт в городе Сысерти. По произведениям писателя снято 6 художественных фильмов, 14 мультфильмов, создано множество спектаклей, включая балет С. Прокофьева «Сказ о каменном цветке» (1954), который много лет в разных постановках идет на сцене Мариинского и Большого театров. С 1999 года в России существует литературная премия имени П.П. Бажова. Тексты писателя переиздавались более 2000 раз, литература о жизни и творчестве П.П. Бажова насчитывает более 3000 позиций (Горева, Кузнецова, 2011), а несколько сказов писателя включены в учебные программы российской начальной и средней школы. Дни рождения писателя непременно освещаются медиа различных уровней.

Кроме звания классика русской литературы, Бажов имеет негласный статус *genius loci* одного из регионов России – Урала,

I N T E R F A C E

иными словами, считается автором, «чья жизнь (биография), работа и/или произведения связаны с определенным местом (домом, усадьбой, поселением, деревней, городом, ландшафтом, местностью) и могут служить существенной частью образа <...> места» (Замятин, 2007, 270). Уроженец Среднего Урала, всю жизнь там проживший, именно Бажов создал образ этой земли, ставший широко известным и определивший восприятие региона как «своими» – жителями, так и «чужими».

В 1930-е—1940-е годы, когда П. Бажов занимался собственно литературным творчеством, в СССР формировался советский канон истории России, но писатель предпринял редкую по тем временам попытку пойти вразрез с официально навязываемым вариантом интерпретации прошлого Урала и предложил свой вариант его, опираясь на собственные воспоминания и коллективную память жителей региона. Он создает серию сказов, написанных от лица рабочих, посвященных самобытным уральским мастерам – камнерезам, горщикам, старателям, оружейникам, металлургам, которые принесли славу своему краю. Включив в рассказы о мастерах образ фантастической Тайной силы, Бажов создал своего рода авторский эпос горного Урала, который естественно вписался в историю развития отечественной словесности.

Сказы П.П. Бажова, судя по всему, понравились жителям Урала, так как предложили им выигрышную идентичность и обеспечили региону красивую историю. Сказы устроили Советскую власть, так как прославили «человека труда». Наконец, они пришлись как нельзя вовремя в 1930--1940-е годы: писатель поддержал уставших от внутренних классовых и внешних войн жителей СССР, в чью жизнь постоянно и грубо врывается большая история, напомнив, что у человека в любых жизненных обстоятельствах есть два союзника – человеческое достоинство и мастерство. Отношение к Бажову – автору «Малахитовой шкатулки» у писателей, критики, читателей было не просто позитивным, но любовно-почтительным.

Genius loci, когда созданный им образ места становится

общепринятым, «назначается» социумом. Частые упоминания в медиа, широкое использование образа в искусстве, политике, коммерции и т.п., поддержка самоопределения обитателей места через созданные писателем образы -- с именем гения места могут быть связаны акции и мероприятия разного масштаба. В российской культуре произведено несчетное количество артефактов и бытовых предметов, прямо или косвенно отсылающих к Бажову. В повседневность жителя Урала вошли кафе «Серебряное копытце» и одеколон «Каменный цветок», шоколадные наборы и пряники «Сказы Бажова», фарфоровые, металлические, каменные фигурки Хозяек Медной горы и мастеров-камнерезов. Ярмарки минералов, ювелирные выставки, реклама различных услуг и товаров от банковских кредитов до пива широко используют бажовские образы, поскольку информация, связанная с писателем, легко считывается потребителем и вызывает нужные ассоциации. Образы Бажова давно приобрели самостоятельное значение, порой мало общего имеющее с первоисточником (Шабуров, 2019).

Выдуманная Бажовым региональная мифология прочно внедрилась в массовое сознание как испокон веку существующая. Уважение к автору способствовало мифологизации его собственного образа, еще при жизни Бажова отлившихся в три формульных определения – мастер, мудрец, сказочник (Мастер, мудрец, сказочник, 1978). Но главной причиной популярности Бажова, скорее всего, оказалось не многократное комплиментарное объяснение его достоинств «профанному» читателю, а то, что читателям не пришлось учиться его любить, так как он предложил красивую историю одного из российских регионов, вывел выразительные типы рабочих людей, сформулировал, наконец, житейские принципы, которым стоило следовать.

2. «Мастер, мудрец, сказочник»: уязвимые места привычного образа.

Казалось бы, зачем производить переоценку творчества и жизни

I N T E R F A C E

писателя, чьи художественные тексты и профессиональные, и непрофессиональные читатели оценивают как отлично написанные, чьи произведения не теряют своего значения при кардинальной смене идеологических и культурных предпочтений, прочно вошли в круг чтения. Но почтение к классикам, как это ни парадоксально, обычно сопровождается попытками «использовать» их наследие и образ как своеобразный символический капитал в борьбе за широко понятую власть над идеологией, историей, эстетикой и т.п. Значимый результат победы в символической «войне» побуждает постоянно обновлять интерпретацию фактов жизни и творчества авторов, включенных в соответствующий «пантеон», чтобы, в том числе получить право на очередную окончательную «правильную» интерпретацию творчества художника и ее широкое распространение. Бажов не был исключением: его вес в отечественной культуре был достаточно весом. Что же в жизни и творчестве писателя давало основания для пересмотра представлений о нем?

Научная биография Бажова создавалась усилиями нескольких поколений литературоведов, но полного доверия к ней у читателей не было. Хорошее духовное образование мальчика из бедной рабочей семьи, его странная служебная карьера, неожиданное превращение немолодого журналиста в автора сказов – все это, конечно, объяснялось, но вызывало сомнения. В последние годы существования СССР резко вырос интерес к «белым пятнам» советской истории, каковых в биографии едва ли не каждого советского человека с дореволюционным прошлым можно было найти немало. К тому же Бажов, как большинство успешных в СССР авторов, оказался под подозрением как потенциальный приспособленец и человек беспринципный.

Открывшиеся в 1980-е годы архивные материалы обнаружили факты биографии Бажова, которые ранее было невозможно обсуждать, и о которых сам писатель по личным и политическим причинам избегал говорить. Библиограф Н.В. Кузнецова, с середины 1950-х годов собиравшая биографические материалы

о писателе, нашла доказательства того, что П.П. Бажов начинал свою политическую деятельность как эсер (Кузнецова, 1993), собрала воедино факты о репрессиях против него в 1930-е гг. (Кузнецова, 1997).² Находки бажоведов позволили также увидеть в Бажове историка с оригинальной программой исследований Урала. В свою очередь, изменившаяся политическая ситуация в России использование новых методик анализа текстов словесности дали основание для аргументированного обсуждения не поднимавшихся ранее проблем: каким было и как повлияло на Бажова духовное образование? какой характер носило его участие в работе советских организаций? вписывается ли его творчество в направление социалистического реализма? каков был социокультурный контекст появления сказов?³ [3].

«Академическое» бажоведение коллективными усилиями формирует концепцию творчества Бажова, согласно которой успех провинциального учителя и журналиста обусловлен тем, что он парадоксально включился в гомогенизированную к концу 1930-х гг. официальную советскую культуру и оказался, по сути, родоначальником нового взгляда на российского *homo laboris*. Внутренне свободный рабочий человек, по собственной инициативе и воле осваивающий тонкости профессии, мастер, достойно проходящий все этапы личностной реализации, несмотря на все драматические и даже трагические социальные обстоятельства, до этого героем отечественной литературы не

2 Эти тексты были изданы вместе в 2003 году в сборнике «Неизвестный Бажов», составителем которого выступила автор большинства материалов биограф П.П. Бажова Н.В. Кузнецова, десятилетиями собиравшая факты о жизни писателя.

3 Исторические интересы П.П. Бажова особенно отчетливо проявились, когда были собраны воедино его письма [Бажов, 2018]. Личные, не предназначенные для печати, они характеризуются несколькими сквозными сюжетами, среди которых центральный – создание новой истории Урала, темы для которой Бажов щедро раздает своим корреспондентам. В сказах 1940-х гг., многие из которых литературоведы традиционно признают неудачными, Бажов намечает, иногда конспективно, перспективные направления будущих ураловедческих исследований региональной истории как истории мастеров, заводов и ремесел, предлагает свой вариант описания их в разработанном им ранее «легендарном», мифологизированном ключе с опорой на коллективную память. Он обращает внимание своих корреспондентов на разнообразные источники сведений о регионе и возможности их трактовки. Занимая особое положение на Урале, Бажов ищет коллег, которые поддержали бы его поиски: даже отсутствие дара слова, по его мнению, можно компенсировать дотошным изучением фактографии, переходом в очеркисты и т.п.

был.

Однако, по справедливому замечанию историка культуры М.В. Загидуллиной, в процессе неизбежной популяризации творчества писателя, признанного классиком, происходит своеобразная «редукция» как фактов его биографии, так и результатов творческой деятельности, когда многомерный результат творчества сводится к набору нескольких общих, обычно тематических, примет, выделяющих его в ряду других авторов, занимающих аналогичный статус (Загидуллина, 2001). Многолетнее выстраивание региональной идеологии и связанной с ней символики вокруг фигуры Бажова как заглавной привело к тому, что за долгие годы в массовом сознании Бажов превратился в хрестоматийную фигуру – доброго уральского дедушку-сказочника с бородой и трубкой, обладателя необычных малахитовых вещиц, детского автора книжек о самоцветах и горных чудесах.

3. Медиа-образ Бажова в ситуации постправды

В 1990-е благостный образ начинает разрушаться, с одной стороны, из-за уточнения биографических фактов о Бажове, складывающихся в новую историю его жизни, с другой – из-за разочарования журналистов, уральских чиновников, обывателей в эффективности сказочных бажовских образов для представления Уральского региона в новых постсоветских условиях. Начинается распад доселе солидарного нарратива об уникальном авторе.

Транслируя свои наблюдения и концепции в статьях, лекциях, докладах, уточняя и соотнося выводы, исследователи творчества П. Бажова общими усилиями создали внутренне непротиворечивое повествование о нем как о герое, который был и жертвой времени, и победителем, сумел сохранить достоинство благодаря, в том числе эффективной стратегии автопрезентации, занял в отечественной словесности уникальное положение человека, чьи художественные тексты были восприняты как приемлемые

для советской власти в период самого жесткого идеологического надзора и относительно благополучно пережили смену общественного строя и доминирующих культурных парадигм, а идеи предопределили развитие региональных исторических нарративов.⁴ В подготовленной в начале 2000-х годов «Бажовской энциклопедии» исследователи нескольких поколений доказывали, что успех писателя обусловлен, в первую очередь, эстетическими достоинствами его сказов, а уникальное приятие его творчества – сложившимся творческим поведением Бажова, позволившим ему балансировать между государственными требованиями и насущной потребностью аудитории.

Этот нарратив поддерживают авторы текстов в медиа, ориентированных, в первую очередь, на научно-популярные очерки. Пафос этого жанр основан на изначальном уважении к экспертному мнению и знакомстве с ним. Так, филолог Ирина Лукьянова в статье «Семь жизней Павла Бажова» (Лукьянова, 2018), предназначенной для интересующихся «Русским миром», предлагает основанные на выводах ученых ясные для читателя-неспециалиста характеристики Бажова как писателя и человека, аккуратные ответы на вопросы об отношении Бажова к рабочему фольклору, специфике его фантастики или языка, соотношении его художественного творчества и работы в советских органах власти и т.п.

Журналист В.Сутырин основывает свою биографию писателя (Сутырин, 2012), опираясь на «Хронику жизни и творчества П.П. Бажова» из «Бажовской энциклопедии», но в его тексте появляется характерное изменение в образе Бажова, которое позже начнет доминировать в медиа-среде.

Рассчитывая на широкого читателя исторических книг, Сутырин включает своего героя преимущественно в советские

⁴ См., например, моделирование «уральского цивилизации» в ряде художественных и документальных сочинений Алексея Иванова «Message: Чусовая» (2007), «Хребет России» (2010), «Горнозаводская цивилизация» (2014) или «рифейского характера» в творчестве Ольги Славниковой 1990--2000-х годов.

идеологические и политические контексты. При этом, считая главное бажовское культурное достижение – сборник сказов «Малахитовая шкатулка» не самым интересным фактом в истории жизни «знаменитого уральца», биограф, тем не менее, толкует появление книги эзотерически – через категории предопределения, зодиакальных соответствий, мыслеформ. Во всем, что не связано с интерпретациями текстов и событий, Сутырин придерживается проверенных фактов, но соблазн защитить Бажова, а значит, в соответствии с популярным постсоветским стереотипом создать образ «настоящего» писателя как творца-провидца и скрытого борца с режимом, оказывается сильнее. Если в 1950–1960-е годы писателя «впихивали» в прокрустово ложе соцреализма и революционного движения, в 1990-е плодотворной оказалась идея создавать образ Бажова как обладателя авантюрной биографии.

В статье журналиста А. Филиппова «Хождение по мукам Павла Бажова. Как писатель скрывался от белых, менял фамилию и дважды лишался партбилета» развенчивается популярный бажовский «образ мудрого и доброго рассказчика и человека не от мира сего». Вместо него читателям предлагается «рассказ о «бурной жизни» советского человека первой половины XX века с рефреном «Беда шла за Бажовым по пятам». В интерпретации журналиста «ужас и безысходность» детства Бажова сменились «самым ярким и страшным впечатлением его жизни» – революцией и Гражданской войной. Арест родных, смерти детей, жизнь по «плохо подделанным документам», тиф, потом работа цензором и «ужасный, кровавый фарс 1930-х годов». Сотрудник Истпарта Кашеваров, книгу которого Бажов не пропустил в печать, заваливал начальство доносами на Бажова. Героев документальной книги, которую Бажов начал писать в 1937 году, посадили, и на него обрушились огромные неприятности. Исключения из партии, гибель третьего сына: «Загнанный в угол он писал то, что помогало ему выстоять». Литературный успех, а затем и «номенклатурный взлет» Бажова объясняются тем, что «“Малахитовую шкатулку” прочел заядлый книголюб Сталин, проглатывавший по 200 страниц в день, и она ему понравилась».

Но «его жизнь не изменилась: в отапливавшемся печами домике по-прежнему не было водопровода и канализации, он отказался от машины, ходил в стареньком пальто. В войну сбивался с ног, устраивая эвакуированных в Свердловск писателей, после войны тянул непосильную для старика ношу общественных обязанностей -- и умер в Москве, на сессии Верховного Совета» (Филиппов, 2019). Автор смешивает реальные и вымышленные факты, расставляет акценты так, чтобы Бажов превратился в героя своего рода «сказочного сюжета» с положенными архетипическому герою испытаниями, инициацией, стоическим сопротивлением, успехом, испытанием медными трубами, наконец, с чудесным помощником-царем.

В результате произошедшей «редукции» образ «мастера-мудреца-сказочника» трансформируется в медиа в образ драматической жертвы «соединения ужасных, чудесных и таинственных обстоятельств». Генерализованная характеристика обстоятельств как будто легализует разгул воображения интерпретаторов, которые начинают смешивать проверенные и ничем не подтвержденные или даже заведомо ложные факты.

В 1990-е годы, когда многие советские авторы с репутацией правоверных подвергались осмеянию и сбрасывались с «парохода современности», появляются вдохновленные «шолоховским вопросом» версии о том, что Бажов писал сказы не сам, а «покупал» их у других писателей. Так, Д. Галковский в своем «Живом журнале» пишет: «В 1941 году на Урал эвакуировалось большое число писателей из столиц: Москвы, Ленинграда, Киева. Все они поступили в формальное подчинение Бажова. Он ведал выделением жилья, карточек, трудоустройством. Внезапно у старика начался прилив творчества. Пошли “Малахитовые шкатулки”...». Лихая версия не принимает во внимание, что первые сказы были опубликованы в 1936 году, а первое издание «Малахитовой шкатулки» вышло в 1939.

По сути дела, не высказываемые публично до поры до времени

I N T E R F A C E

сомнения в правдивости биографии советского журналиста, ставшего автором неожиданно успешной книги сказов, вышли в публичное пространство и открыли дорогу множеству текстов, авторы которых уверенно оперируют фактами и утверждениями, не проверяя их, но предлагая в качестве истинных. Некоторые из них легко опровергаются. Когда популярный литератор и лектор Дмитрий Быков в своих устных и письменных текстах о Бажове путает его отчество и называет Тимофеевичем, это можно списать на оговорку или опечатку. К 140-летию Бажова на множестве сайтов библиотек, детских садов и школ перепечатывается одна и та же, видимо, распространяемая как рекомендация органов культуры заметка, в которой повторяется тезис, более семидесяти лет назад опровергнутый исследователями, но кажущийся логичными неуказанному журналисту: «Сказы Бажова считаются уральскими «тайными сказами» – устными преданиями горнорабочих и старателей, отличающимися сочетанием реально-бытовых и сказочных элементов» (К 140-летию, 2018). Это ошибка, основанная на незнании и нежелании проверить факты, но, включенная в «статусную» безымянную рекомендацию, она широко транслируется, в том числе школьникам и дошкольникам.

Когда в 2018 году в юбилейной передаче на радио «Маяк» профессор Российского государственного гуманитарного университета, рекомендуя читать «Малахитовую шкатулку» («читайте, удовольствие получите»), сообщил чистую правду, что Егор Гайдар был сыном дочери Бажова, но добавил, что писатель «не знал женщин до 30 лет», а, «чтобы протолкнуть свои сказки, придумал, что они фольклорные», слушателю пришлось сложнее: вдруг эта информация почерпнута из каких-то тайных, например, архивных источников [Пора домой, 2019].

В 2010-е гг. в российских СМИ неоднократно перепечатывались анонимные «10 фактов о Павле Бажове», которые, в частности, были рекомендованы к распространению Центральной библиотечной системой для интернет-публикации в календарях памятных дат, которые ведут многие библиотеки [Мемория; и многие другие].

Учитывая, что писатель считается «гением места» Урала, показательно, что же, по мнению безымянного журналиста, должен знать о Бажове читатель? Факты, связанные с популярностью «Малахитовой шкатулки», и недопроверенные биографические. Так, сообщается, что, по воспоминаниям Ярослава Голованова, нож для разрезания бумаг у Бажова был сделан из малахита (из малахита нельзя сделать нож). Что Хозяйка Медной горы была известна в уральском фольклоре также под именами Малахитница, Горная матка, Каменная девка, Золотая баба, девка Азовка или же в мужском обличье – Горный дух, Горный старец, Горный хозяин (это разные персонажи с различными функциями). Что у Данилы-мастера из сказов Бажова был реальный прототип Данила Зверев (первый был по профессии камнерезом, а второй – горщиком) и т.п. Сомнительные утверждения смешаны с правдивыми: действительно, существует много произведений в других видах искусства, созданных по мотивам сказов Бажова; действительно, в книге «Fortune's Fool», написанной Mercedes Lackey, наряду с Бабой-Ягой, Коньком-Горбунком, русалками, фигурирует и Хозяйка Медной горы; действительно, один из псевдонимов, которым пользовался писатель, связан с диалектным толкованием его фамилии.

Смешение фактически достоверного, неподтвержденного и голословного характерно для многих медиа-текстов о Бажове 2010-х годов. Соотношение первого, второго и третьего зависит от «топовых» медиа-тем и «повестки» того времени, когда рождается соответствующий текст. Так, поиски региональной идентичности, интерес общества к проблеме «гениев места» и культурной географии приводят журналистку Евгению Коробкову к формулированию тезисов об «уральскости» на материале бажовской биографии, творчества и бытующих в крае постфольклорных текстов, адаптируются в рассуждения об уральском характере, «придуманном» Бажовым.

Представив Бажова как «уральского Гомера» и «колдуна уральского бородатого», таким образом, переиначив тезисы

I N T E R F A C E

об «авторском эпосе» и «эзотеризме», автор контаминирует позаимствованные из разных источников факты, опираясь, скорее всего, на собственную память, интерпретируя их, исходя из своих представлений об увлекательности (Коробкова, 2019).

Журналистка ссылается на неких неназванных специалистов, решительно сообщая, что «свои рассказы Бажов создавал сам. Он не собирал и не обрабатывал никакой фольклор. Истории про то, будто еще мальчишкой услышал он сказы от уральского деда Слышко – выдумки». Она предлагает эффектную, но недоказанную версию о том, что «его сказы стоят на подложке из немецкой мифологии и монгольского эпоса. Павел Петрович был учителем и знал многое, как ученый-медиевист Толкиен, создавший свое Средиземье». В статье развернут мелодраматический рассказ о семейной трагедии писателя, соединенный с наивными выводами о причинах появления «Малахитовой шкатулки»: «“Колдун уральский бородатый” начал писать поздно, когда ему было почти шестьдесят, он обратился к творчеству, “чтобы потушить свою боль”. Его старший сын погиб в младенчестве от голода. Младший, горячо любимый Алеша, сгорел девятнадцатилетним на работе, когда начальник-идиот заставил его варить бочку с порохом. Потому-то все рассказы Бажова такие страшные, и страшна их главная мысль: чтобы получить от Земли самое дорогое, нужно сначала закопать туда самое дорогое». С такой же лихостью автор объясняет причины успеха Бажова, смешивая свои домыслы с обрывочными сведениями из различных источников: «Карьера шла в гору (Медную). Может быть, потому, что закопал в землю самое дорогое. А может быть, просто совпало. Его сказы пришлось на тот период, когда сложившемуся государству очень нужен был рабочий фольклор». Еще одной причиной популярности сказов стала сама таинственная уральская реальность: «В полях и лесах еще живы горы и холмы непонятного предназначения, внутри которых раздаются голоса, горит свет и происходит много-много странного и загадочного». Журналистка выводит из сказов Бажова некие правила жизни, приписывая их жителям региона, для именованя которых использует слово из романа другого автора

– Ольги Славниковой: «Бажов пишет: “Горе тому, кто встанет у рифейца на пути”. Что будет - читай “Приказчиковы подошвы”»; «Согласно одной из легенд, с Урала нельзя уезжать. Горе рифейцу, вздумавшему покинуть свой край. Очень скоро смерть, как бабка-синюшка, протянет к нему свои руки с телескопическим эффектом. А вот если сидеть ровно и самозабвенно трудиться на пользу каменного цветка, то может случиться чудо. Приползет к тебе полоз и покажет, где сокровище» (Коробкова, 2019).

Характерен для современных медиарассказов о Бажове пафос статьи. Автор одновременно гордится Бажовым и небрежным тоном выражает некоторую иронию по отношению к нему. С одной стороны, речь идет о том, что «писательская карьера у уральского Гомера сложилась на зависть. Уже при жизни он стал брендом земли русской. В 1939 году его книга “Малахитовая шкатулка” предстала в советской экспозиции на Всемирной выставке в Нью-Йорке как драгоценный экспонат... Спустя семь лет фильм “Каменный цветок” Птушко получил приз Каннского фестиваля за лучшее цветное решение». С другой – пеняет Бажову, что он «писатель-большевик» и «придумал» неправильные характеры для своих персонажей: «Единственный смысл несчастливой и короткой жизни для них – с головой нырнуть в высекание каменных цветков» ((Коробкова, 2019).

Советское общество с его строгой социальной иерархичностью не допускало фамильярности по отношению к классикам на уровне официальных текстов, но допускало ее на уровне текстов фольклорно-«низовых». Поскольку почтительное отношение к П.П. Бажову во многом основывалось на феномене «солидарного чтения», когда представители различных читательских страт и сообществ объединялись в оценке того или иного автора и в дальнейшем защищали его (Панова 2017, 40), созданных в советское время фамильярных текстов о Бажове как человеке нам найти не удалось, хотя несколько копрологических анекдотов, где действуют его персонажи, были зафиксированы.

Обсуждения творчества П.Бажова в социальных сетях, интернет-сообществах свидетельствуют о том, что у значительной части широкой публики образ Бажова нередко иронически снижается, отчасти, возможно, из-за недостаточно высокого статуса детской литературы, отчасти из-за усталости от того, что иногда определяют как «бажовщину», то есть повсеместного использования образов писателя для презентации уральского региона или рабочего человека. Если биографические факты, символически «возвращают» писателя в круг «взрослой» культуры, то все, связанное со сказами, все чаще иронически переосмысливается как «детское», наивное, пережитое.

Восприятие Бажова только как сказочника приводит к проявлению фамильярности в отношении него самого. С одной стороны, он «дедушка Бажов», то есть человек заведомо принимаемый и родной, с другой – объект добродушной иронии, носитель устаревших привычек и не до конца полноценного знания.

В статье журналиста Ксении Дубичевой «Уральцам показали Бажова без бороды» (Дубичева, 2019), где, вообще-то, речь идет о «новом проекте Свердловского краеведческого музея 'Дорога к сказам'», автор использует метафору срывания покровов, так как музей «раскрывает малоизвестные страницы жизни патриарха уральской литературы», позволяет «ответить на интригующий вопрос, как выглядел Павел Петрович без бороды?». Речь, собственно, идет о молодых годах писателя, но автор статьи намекает на распространенное в среде блогеров метонимическое прозвище Бажова. Журналистка здесь же раскрывает использованный ею образ, сообщая малоизвестный широкому читателю факт, что «в честь 140-летия со дня его рождения в Полевском даже установили 15-тонный двухметровый мраморный объект 'Борода Бажова'»

Хотя Бажов и именуется «уральским колдуном», факты его биографии историчны («скрывался от белых, менял фамилию и лишился партбилета»), трогательны («единственный роман всей его жизни - с ученицей епархиального училища Валентиной

Иваницкой. Уже на выпускной фотографии 1910-го бородатый учитель стоит рядом с ней. Через год, летом 1911-го преподаватель Бажев 32-х лет обвенчан с псаломщицкой дочерью 19 лет в церкви села Кашина Камышловского уезда») и забавны («На выставке можно убедиться, что ‘колдун’, точно, был совсем невысок, - померяться ростом с манекеном в парадном костюме Павла Петровича из френча и широченных брюк с отворотами»). Как полагается в семейном предании, утверждается, что «Малахитовая шкатулка» была написана не из интереса к фольклору, истории Урала или фабрик и заводов, а из желания подарить подарок жене на их серебряную свадьбу. Заведомо упрощающее разгадку главной «тайны» Бажова объяснение отчасти, видимо, также обусловлено родственным подтруниванием над знаменитым земляком.

По сути, вокруг творчества Бажова с 1990-х гг. идет культурная война, в которой предпринимаются попытки перетянуть на свою сторону классика в качестве своеобразного символического капитала. С одной стороны, это стимулирует научное изучение его творчества, активную архивно-разыскную и интерпретаторскую деятельность филологов, историков, краеведов, с другой – инспирирует появление текстов, риторически закрепляющих «популярный» образ классика, задающих поддержку определенных стереотипов его восприятия.

В случае Бажова это, во-первых, профессиональные исследователи, расширяющие и углубляющие контексты жизни и творчества писателя, закрепляющие подкрепленные фактами научные результаты. Им свойственны стремление к объективизации и аргументации высказываемых тезисов, соблюдение дистанции по отношению к объекту исследования, поиск новых фактов и интерпретаций, необходимых для подтверждения статуса классика у анализируемого ими автора.

Профессиональному академическому знанию противостоит любительское, которое тяготеет либо к демонизации автора, либо к фамильярности и десакрализации классика как «обычного

I N T E R F A C E

человека» и параллельно к иронии над сакрализацией, присвоении заслуг классика, например, как земляка и даже обесценивании его заслуг по сравнению с достижениями ныне живущих авторов.

Сосуществование в едином медийном пространстве текстов, написанных исследователями в академической манере, подчеркнуто произвольных в интерпретации творчества писателя, но серьезных по тону писательских эссе, интервью, включающих устаревшие неуточненные сведения официальных текстов, наконец, фамильярных журналистских очерков, вольно смешивающих информацию, позаимствованную из источников разной степени достоверности, и собственные фантазии, конечно, обусловлено характером современного бытования литературы.

Широкий фронт «вброса» разнородной информации, в первую очередь, с применением интернет-медиа, когда обычным явлением оказывается поток «разоблачений» с последующим «разоблачением разоблачений» и т.п., приводит к тому, что информации становится все больше, потребитель беспрерывно получает множество фактов и их интерпретаций, которые противоречат друг другу, и, будучи не в состоянии справиться с ними, сужает круг источников или начинает воспринимать информацию как хаотически организованную и принципиально неаудируемую.

Традиционная медиа-среда благодаря понятной читателю системе маркеров позволяла потребителю определять качество текста по многим параметрам. Распределение информации по СМИ, сложившаяся система рубрикации материалов в каждом медиаисточнике позволяла ориентироваться, в том числе и в степени правдивости информации. Даже жанровая принадлежность того или иного текста уже указывает на степень достоверности в отношении приведенной в нем информации. От писательских эссе никто не ждет точности фактов, они интересны неожиданными гипотезами, их образность может бросить вызов академической науке, которая, в свою очередь, озабочена перепроверкой фактов,

так как их точность находится в зоне ответственности автора. К официальному тексту, предназначенному для распространения в аудитории неспециалистов, например, к какой-нибудь писательской юбилейной дате, читатели обычно относились некритически, доверяя ему, предполагая его многоступенчатую предварительную проверку.

Современная литературная ситуация, которая в России во многом основана на социальных сценариях презумпции виновности, снижения социального статуса недавних элит, обесценивания традиционных достижений, создает почву для размывания границ не только между точками зрения на того или иного автора, но и между оригинальным и вторичным, проверенным и безответственно высказанным. В массовом сознании стирается грань между экспертным и любительским мнением. Традиционно известная группа экспертов определяла, что истинно, что ложно, и контролировала это знание, а всем остальным было предписано верить в то, что им говорят. Образ писателя-классика формировался на нескольких уровнях, существовал феномен любительского, народного литературоведения, но между профессионалами и любителями существовала четкая граница, и действовали, условно говоря, пограничники – представители экспертного сообщества. Борьба с так называемыми «большими нарративами» приводит к проблематизации «фактического» и одновременно – к признанию правомочности разных типов «мокьюментари».

В итоге возможно рождение образа Павла Тимофеевича Бажова – мужа собственной ученицы, автора советского фольклора, певца «уральской корявой породы» и «уральских мастеров», сказочника, под влиянием «веществ» придумавшего хорроры про бабку Синюшку и Огневушку-поскакушку, который побуждает современных хитников с металлоискателями и наушниками искать след современного полоза – многокилометровый серебряный кабель, который семнадцать лет назад оставили уехавшие впопыхах военные с южноуральской ракетной базы с ракетами

“Сатана”.

4 Заключение

В заключении сделаем теоретический вывод из конкретных историко-литературных наблюдений над динамикой создания образа писателя-классика П.П. Бажова в российском обществе, начиная со второй половины XX века и до сегодняшнего дня.

В условиях традиционного функционирования социального института литературы, когда границы критического и литературоведческого сегмента институции закреплены, складывается система формирования актуального историко-литературного знания с иерархической системой верификации новых фактов, их интерпретаций авторитетными группами экспертов—элиты соответствующих сегментов «поля литературы».

Системный кризис элит и авторства, совпавший с технологической революцией и распространением социальных сетей, а также (в России) с общим идеологическим кризисом рубежа XX—XXI веков разрушает инструменты верификации из-за отсутствия безоговорочных авторитетов, возможности регулярного мониторинга всей поступающей информации, ее экспертизы. Это приводит к расширению разрыва между «академией» и «широкой публикой» на уровне производства научного знания, но в то же время к осознанию последствий этого феномена, попытке их уменьшить.

Для ситуации постправды характерен своеобразный парадокс: культ писателя-классика как результат «солидарного чтения» одновременно и поддерживается, и разрушается разнообразными версиями «жизнетворческого спектакля» интерпретируемого автора. Поддержка выражается в признании его значимости, то есть постоянному обращению к биографии и наследию классика, а интерпретационное многообразие, в том числе и не

выдерживающее научной критики, воспринимается как залог жизнестойкости имени в социальном пространстве. Вокруг образа писателя образуется поле полуживой-полуправдивой информации, в котором создаются все новые и новые варианты его биографии и общих интерпретаций творчества. В то же время неконтролируемая экспертным сообществом редукция приводит к дрейфу ценностных значений, когда наиболее тиражируемым оказываются неverified факты, вызывающие у «публики» поверхностную эмоциональную сопричастность, а у создателей ложной информации появляются все новые поводы капитализировать фальсифицированные знания.

Литература

- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Keyes, Ralph (2004). *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: St. Martin's Press.
- Oxford Languages (2016). "Word of the Year 2016," <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.
- Tesich, Steve (1992). "A Government of Lies," *The Nation*, 254 (1), January 6.
- Бажов, П. П. (2018). *Письма. 1911-1950 / сост. Григорьев Г.А., Григорьева Л.С.* Москва; Екатеринбург: Кабинетный ученый.
- Горева, В.В.; Кузнецова, Н.В. (составители). *Павел Петрович Бажов: Библиографический указатель (1913—2010)* (2011). Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та.
- Дубичева, К. (2019). Дорога патриарха. В Екатеринбурге показали фотографии уральского сказителя без бороды, *Российская газета. Урал*, 33(7791), 19.
- Жан Бодрийяр (2006). Меланхолический Ницше : Интервью провела Наталья Архангельская // *Эксперт*. № 17 (324). Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. — 23.08.2006. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/663>
- Загидуллина, М. (2001). *Пушкинский миф в конце XX века*. Челябинск: Издательство Челябинского государственного университета.
- Замятин, Е. (2007). Гений места: Материалы к словарю гуманитарной географии // *Гуманитарная география*. Выпуск 4. Москва: Институт Наследия, С. 270--273.
- К 140-летию П.П. Бажова (2019). Электронная публикация. URL:https://gym1748v.mskobr.ru/attach_files/upload_users_files/5c584146eb491.pdf; URL:<http://detsad2turinsk.com.ru/?p=2216>; <http://detsad2turinsk.com.ru/?p=2216>; и многие другие
- Коробкова, Е. (2019). *Страшные сказы уральского Гомера*,

- Комсомольская правда, 1 февраля, 4.
- Кузнецова, Н.В. (1993). Самая первая книга Бажова, Уральский следопыт, 1, 60.
- Кузнецова, Н.В. (1997). Репрессированный Бажов, Урал, 5/6, 143–148.
- Кузнецова, Н.В. (2003). Неизвестный Бажов: малоизвестные материалы о жизни писателя. Екатеринбург: Баско.
- Литовская М.А. (2014). «Школьное преподавание литературы и его роль в судьбе российского литературоцентризма», Кризис литературоцентризма: утрата идентичности vs новые возможности / отв. ред. Н. В. Ковтун. Москва : Флинта; Наука, 2014. С. 138–157.
- Лукьянова, И. (2018). Семь жизней Павла Бажова, Русский мир, 1, 48–55.
- Мастер, мудрец, сказочник: воспоминания о П. Бажове (1978). М.: Сов. писатель.
- Медведев, С. (2016) Эпоха постправды, Радио Свобода, 4 декабря,
<https://www.svoboda.org/a/28150925.html>
- Мемория, 2016. Павел Бажов. URL:<https://polit.ru/news/2016/01/27/bazhov/>
- Панова Л. Г. (2017). Мнимое сиротство: Хлебников и Хармс в контексте русского и европейского модернизма. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики.
- Пора домой. Неизвестное об известном. Виктория Колосова. Петр Фадеев (2019), URL:<https://radiomayak.ru/videos/video/id/1756177/>
- Садовская И. (2019). Колдун с Медной горы, Story, 1–2, 140–142.
- Сутырин, В. (2012). Павел Бажов. Биографическое повествование, Екатеринбург, ИД «Сократ».
- Филиппов, А. (2019). Хождение по мукам Павла Бажова. Как писатель скрывался от белых, менял фамилию и дважды лишился партбилета, Российская газета – Неделя, 15(7773). URL: <https://rg.ru/2019/01/24/kak-bazhov-skryvalsia-ot-belyh-menial-familiuu-i-lishalsia-partbileta.html> (дата обращения 15.11.2020)

I N T E R F A C E

Шабуров, А. (2019). Бажовский китч: советское тиражное искусство на сюжеты уральских сказов. Каталог выставки, Екатеринбург: ГЦСИ.

[received December 17, 2020
accepted February 22, 2020

