

ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»
Факультет журналистики

Редакция научного журнала «Знак: проблемное поле медиаобразования»
Редакция научного журнала «Медиасреда»

**«Журналистский текст в новой технологической
среде: достижения и проблемы»**

**III конференция PMMIS
Post massmedia in the modern informational society**

28–29 марта 2019 года

Челябинск
2019

Краснобаярова А. С. Использование интернет-пространства районными изданиями Челябинской области в аспекте идентичности	186
Куныгина О. В., Ломакина О. В., Макарова А. С. Интернет-портал «Православие и мир» как пример современного религиозного дискурса	190
Лабутина В. В., Топчий И. В. Интерпретационные и коммуникативные стратегии пользователей при комментировании медиаконтента в онлайн-сообществах	195
Магадеева Р. Р. Использование возможностей интернет-платформ в работе редакции журнала «Ватандаш»	198
Макарова Л. С., Новикова Т. Е. К проблеме формирования критериев профессионализации журналистской деятельности в системе подготовки будущих журналистов	201
Медведева А. Р. Трансформация кинокритики: эстетика «обзора плохого кино»	205
Морозова А. А. Динамика создания фейк-аккаунтов: от успешной леди до домохозяйки	208
Морозова А. А., Арсентьева А. Д. Интолерантный контент в социальных сетях как проблема медиабезопасности	213
Мясникова М. А. Новые среды существования кинокритики и границы профессионализма	219
Наумова И. А. Иностранная литература как сфера-источник прецедентных феноменов в дискурсе российской онлайн журналистики	222
Неренц Д. В. «Фейковые» видео как инструмент в борьбе за аудиторию	226
Николаева М. В. Исследование «цифровых следов» в online-пространстве или метод изучения незапрошенного общественного мнения с помощью социальных платформ «Youtube», «ВКонтакте», «Instagram»	230
Новикова А. М. Политика пост-правды на примере политического интервью в британских СМИ	233
Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Дифференциация современных мультимедийных текстов: диалог с аудиторией – pro & contra	236
Олизько Н. С., Сергодеев И. В. Многозначность интеллектуальных единиц в рамках поэтической коммуникации	240

3. Средства массовой информации, издательство и полиграфия. URL: <http://profstandart.ros-mintrud.ru/obshchiy-informatsionny-blok/natsionalny-reestr-professional-nykh-standartov/reestr-oblastey-i-vidov-professionalnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 09.12.2018).

4. Тулупов В. В. Профессиональные стандарты, роли и культура современного журналиста. URL: <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-022799f7-55c8-46d0-902e-06a528def3b1> (дата обращения: 09.12.2018).

5. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования- бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика. URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/420302_Gurnal.pdf (дата обращения: 09.12.2018).

Макарова Людмила Сергеевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики Института филологии и журналистики, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, limakar@bk.ru.

Новикова Татьяна Евгеньевна – кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры журналистики Института филологии и журналистики, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, tatyananovikova@yandex.ru.

А. Р. Медведева

*Челябинский государственный университет
Челябинск (Россия)*

ТРАНСФОРМАЦИЯ КИНОКРИТИКИ: ЭСТЕТИКА «ОБЗОРА ПЛОХОГО КИНО»

*Исследование выполнено за счет гранта РФФ
(проект № 18-18-00007)*

Ключевые слова: критический нарратив, YouTube, медиаэстетика, пользовательский контент.

YouTube как социальная платформа уже давно перестал быть хранителем исключительно массового развлекательного контента. От бесконечных видео с котами и fail-видео контент платформы перерос в площадку обмена мнениями, дискуссий и манифестации своей личности и своего взгляда на мир. Новая коммуникационная среда, основанная на социально-сетевом взаимодействии пользователей [1], создает условия для расцвета гибридных форм коммуникации, где прагматика постоянно меняет свою направленность. В центре нашего внимания – переход развлекательных форматов в протестно-оппозиционные на примере YouTube-канала «BadComedian».

В таких условиях многие журналистские жанры получили свое развитие или претерпели трансформацию в связи с особенностями современной культуры. Для YouTube-контента важной составляющей остается именно развлекательная направленность с целью привлечения массовой аудитории. Кинокритика, с одной стороны, получила развитие в формате видео-эссе, или рассуждений на материале массовых фильмов (а иногда и наоборот, элитарных). С другой стороны, зародился новый узконаправленный жанр “обзора плохого кино”. Первопроходцем на YouTube в этом жанре можно считать зарубежного блогера Дага Уолкера, который вместе со своим братом запустил проект *Nostalgia Critic*, где предметом обзора становились старые, плохо снятые или поставленные фильмы. В рамках этого проекта зародились и основные приемы, использующиеся впоследствии не только в обзоре кино, но и в любых разновидностях ревью. Таковыми можно считать использование отрезков из других фильмов (в будущем ставшими самостоятельными мемами), экспрессивная речь (вкуче с использованием обсценной лексики) и отсылки, в основном проявляющиеся в формате скетчей внутри обзора. Эти приемы как раз и отвечали запросам массовой аудитории в развлекательной потребности.

В России жанр «обзор плохого кино» во многом базировался на формате *Nostalgia Critic*, однако претерпел существенные изменения. На данный момент самым популярным блогером, работающим в этом жанре, является Евгений Баженов, автор канала

VadComedian. Он был причастен к ряду случаев, когда его ролики в итоге не только формировали определенное мнение у постоянной аудитории, но и влияли на создателей и спонсоров фильмов, которые становились предметом его критики. Мы полагаем, что такое интенсивное влияние обусловлено медиаэстетическими приемами [2], которые использует блогер.

Баженов, во-первых, выходит за рамки критики именно кино. Предметом его анализа также становятся современные реалии России (в этом его можно считать продолжателем традиций отечественных литературных критиков Добролюбова и Белинского), а именно: Русская Православная Церковь (закон «Об оскорблении чувств верующих»), работа Министерства культуры Российской Федерации (и их Фонда кино), пропаганда антисемитизма, критика Советских реалий (ради восхваления нынешнего государственного режима) и культ страны, нередко появляются аллюзии и на другие реалии, обычно наиболее актуальные на момент выхода ролика.

Во-вторых, блогер задействует широкий инструментарий сарказма, иронии и пародии, создавая эстетику смеха. Это во многом способствует привлечению массовой аудитории (зрители смотрят такие обзоры, в первую очередь, чтобы посмеяться и расслабиться), а также формирует чисто развлекательную функцию.

В-третьих, Баженов следует строгой логической аргументации своих мыслей. Для этого он не только использует логику и отслеживание причинно-следственных связей, но и обращается к документальным источникам: книгам, воспоминаниям очевидцев событий, документальным фильмам. Все это формирует у зрителя совершенно другую картину восприятия, отличную от той, которая навязывается фильмом и его создателями в многочисленных интервью. Также это способствует доверию к фигуре блогера и его мнению.

Мы считаем, что сильное влияние Баженова на аудиторию обусловлено именно этими приемами, формирующими сложные комплексные обзоры, первоначальная задача которых – развлекательная – сменяется на горький смех над реалиями страны, побуждающем зрителя отстаивать свое право на критическое мышление.

Список литературы

1. Sepp, Marianne. Why Do People Produce Content to User Generated Media? A Study of Bloggers' Motivations. Helsinki, Hanken School of Economics, 2010.
2. Zettl, Herbert. Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics (6th ed.). Wadsworth Cengage Learning, 2011.

Медведева Арина Ринатовна – лаборант-исследователь кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет, arinamka@gmail.com.

А. А. Морозова
Челябинский государственный университет
Челябинск (Россия)

ДИНАМИКА СОЗДАНИЯ ФЕЙК-АККАУНТОВ: ОТ УСПЕШНОЙ ЛЕДИ ДО ДОМОХОЗЯЙКИ

Ключевые слова: фейк, аккаунт, динамика, личность автора, социологический опрос, достоверность, признаки.

Социальные сети являются сегодня главным источником информации, что доказывает ряд исследований российских и зарубежных ученых. Распространение сведений в соцсетях происходит при использовании двух каналов: сообщества (публичные страницы и группы) и личные аккаунты пользователей. Последние, как правило, вызывают наибольшее доверие, поскольку имеют возможность отождествления с конкретным представителем аудитории социальной сети. Помимо реальных пользователей, существуют фейк-аккаунты, иными словами, поддельные страницы, предназначенные для реализации какой-то цели либо получения какой-либо выгоды.

Как отмечают исследователи, снабжая фейковые аккаунты характеристиками (фотографией, персональной информацией о себе), их создатели имитируют реальных пользователей. Эта имитация построена на изначально большем доверии пользователей