

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ГЕРОЯ В ТВОРЧЕСТВЕ ТЕЛЕВИЗИОННОГО КРИТИКА И БЛОГЕРА ВАЛЕНТИНЫ ЛЬВОВОЙ

Аль-Баидхани Валид Абдулкарим Саид, Р. П. Баканов

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Поступила в редакцию 22 марта 2022 г.

Аннотация: авторы статьи изучили 50 медиатекстов Валентины Львовой — одного из блогеров сайта газеты «Комсомольская правда» с 1 января 2020 по 20 марта 2022 гг. Были применены методы содержательного, проблемно-тематического и лексико-стилистического анализа статей.

Ключевые слова: публицистический образ, медийный герой, заголовок, блогер, известная личность, телевидение, типизация, «Комсомольская правда», Валентина Львова.

Abstract: the authors of this article studied 50 media texts by Valentina Lvova — one of the bloggers on the website of the newspaper Komsomolskaya Pravda from January 1, 2020 to March 20, 2022. The methods of content, problem-thematic and lexical-stylistic analysis of articles were applied.

Keywords: journalistic image, media hero, headline, blogger, famous personality, television, typification, "Komsomolskaya Pravda", Valentina Lvova.

Эмпирической базой нашего исследования стали 50 публикаций колумниста Валентины Львовой в ее персональном блоге на сайте интернет-издания «Комсомольская правда» за период с 1 января 2020 г. по 20 марта 2022 г. [1] Этот автор менее известен, чем знаменитые блогеры, но публикуется в газете более десяти лет, имеет собственный, часто оригинальный взгляд на проблемы современного общества и способен оказать определенное воздействие на аудиторию при формировании у нее публицистического образа конкретных персон или места действия. При выполнении исследования мы использовали методы содержательного, проблемно-тематического и лексико-стилистического анализа публикаций В. Львовой.

Качество формирования и репрезентации медиаобразов героев в современных отечественных и международных массмедиа и роль СМИ в транслировании, а иногда и навязывании общественности с помощью конкретных медийных образов героев определенных установок, моделей поведения и ценностей в последние годы все чаще становятся предметом научных исследований и публикаций. Так, Е. В. Иванова отмечает, что «сегодня именно через каналы СМИ осуществляется трансляция образов, образцов, новых символов, и именно они в эпоху информационного общества являются наиболее действенными» [2, 38]. Этот же автор подчеркивает, что «образ героя СМИ способствует распространению моделей поведения» [2, 39]. Помимо этого, медийный образ героя способствует еще и форми-

рованию определенных, как положительных, так и отрицательных чувств и настроений среди аудитории, способствуя укреплению некоторых жизненных установок человека. Особенности трансформации героической парадигмы в современном медийном дискурсе на материале локальных СМИ представили в своей статье А. В. Таскаева и С. А. Питина [3, 2215]. Сделав обзор научных подходов к определению медийного героя, авторы замечают следующее: «Грань между медийной персоной и медийным героем постепенно становится едва уловимой. Это связано с тем, что в условиях развития медиакommunikationных возможностей именно медийные личности транслируют те или иные ценности, устанавливая образцы поведения посредством своих медийных образов и реального поведения, то есть выполняют функцию героев. Так, медийный герой воспринимается как известная публичная личность, которая использует свою популярность в целях решения не только социально значимых, но и собственных задач, привлекая внимание неожиданными, даже эпатажными поступками, внешним видом, особенностями языковой личности» [3, 2216].

Исследование компонентов, составляющих имидж медийного персонажа в дискурсе светской хроники, представлено в научной статье А. В. Лысевской. «На сегодняшний день не существует конкретных образцов, рамок, которые бы гарантировали человеку известность и популярность у широкой аудитории, — считает автор статьи. — Каждый отдельный имидж — уникальное явление, которое создается в том числе за счет языковых и внеязыковых факторов: от продвигаемой уникальной чер-

ты через механизм самореализации к выбору роли и маски, в зависимости от требований, предъявляемых нормами социального коммуникативного пространства» [4, 48].

«Современного героя, не носящего “громкого имени”, найти непросто», — полагает Е. В. Зеленина [5, 35]. В своей обзорной статье она, опираясь на результаты научных изысканий отечественных исследователей, подробно изучила генезис терминов «портрет», «образ», «имидж» героя в медийном пространстве, представила классификацию портретов героев и разобрала основные жанровые формы современной портретной журналистики [5]. Генезис понятия «публицистический образ», перечисление выявленных теоретиками функций публицистического образа, обозначение основных подходов к его классификации, а также наиболее значимые подходы к определению понятия «медиаобраз» содержится в обзорной статье Д. А. Шевцовой. По ее мнению, «в современном научном дискурсе понятие “публицистический образ” постепенно вытесняется более широким понятием “медиаобраз”, однако определение последнего размыто и нуждается в уточнении» [6]. Изучением вопросов и проблематики, связанной с видами и слагаемыми публицистического образа и медиаобраза, его влиянием на аудиторию, в разные годы занимались многие исследователи. В частности, широко известна классификация публицистического образа, предложенная М. И. Стюфляевой: образ-факт, образ-модель и образ-концентрат, каждый из которых также имеет свои подвиды [7].

Таким образом, в настоящее время исследователями, на наш взгляд, на теоретическом уровне достаточно тщательно изучен вопрос формирования публицистического образа медийных героев и его (образа) разновидностей. Но какие из слагаемых формирования медиаобразов героев в настоящее время СМИ используют регулярно, а какие эпизодически? О каких героях чаще или реже рассказывают общественности журналисты и блогеры? Медийные тренды изменяются достаточно быстро, герои вчерашних дней могут уступить дорогу тем, кто, по мнению журналистов или медиаменеджеров, более соответствует нынешним реалиям и ожиданиям аудитории. Потому мы считаем, что необходимо продолжать выявлять и изучать слагаемые и творческие приемы формирования образов современных медиагероев, а также «продвигаемые» ими стереотипы или определенный стиль жизни.

Обратившись к творчеству В. Львовой на сайте «Комсомольской правды», мы установили, что каждая из 50 отобранных для изучения публикаций написана по информационному поводу. Чаще всего ими становились юбилеи, а также кончины писателей и музыкантов, гораздо реже (таких работ всего 17) — проблемные ситуации, связанные с качеством передач некоторых федеральных телекомпаний. Уже

при знакомстве с заголовками к ее текстам становится понятно, что данный автор выполняет функцию популяризатора или просветителя, нежели чем телевизионного критика. Исходя из формата издания, в центре внимания колумниста оказались только известные люди, способные привлечь внимание широкой и массовой аудитории. В публикациях, приуроченных к памятным датам, формировался только медийный образ творческой личности, а в редких текстах о ТВ происходило конструирование собирательного публицистического образа современного федерального телевидения.

Формирование медиаобраза героя каждой своей публикации В. Львова начинала уже в заголовке, подчеркивая необычность персоны: «Виктор Гюго — гений с повадками Дон Жуана»; «Мнимый Мольер: его хотели сжечь за “Тартюфа” и запрещали хоронить»; «“То ли ведьма, то ли святая”: кем была Жана Д’Арк»; «Падший ангел по фамилии Делон» и т.д. Взгляд колумниста устремлен чаще в прошлое, чем в настоящее: о современных персоналиях речь шла лишь в 17 из 50 публикациях — наверное, так интереснее самому автору, да и безопаснее с точки зрения драматургии обсуждений. Мы выявили преобладание информационных заголовков (38) над образными (12), но все они при своей простоте изложения содержали интригу, чтобы заставить читателя открыть текст и прочесть его. Ориентирование формата «КП» на массовую аудиторию выражалось в том, что практически в каждом из заголовков имелась интересная подробность о персоне, и она (подробность) задавала тематику повествования. От читателей требовалось только дочитать и запомнить. Однако до скандальных и «желтых» названий медиатекстов за период нашего изучения дело не дошло. Иногда для того, чтобы заголовки сразу «зашли» аудитории, автор обращалась к рифме, а также к иронии (например, «Без вертикального шпагата у Насти не ума палата») или к таким приемам, как трюизмы («Александр Блок умер от смерти», здесь обращение к воспоминаниям В. Ходасевича, который о поэте именно так и сказал, но в заголовке эта фраза не оформлена в качестве цитаты, несмотря на то, что в тексте ссылка на этого литературного деятеля присутствует), двусмысленность («Эмиль Золя действительно угорел») или провокация («Я в заложники пошел, пусть меня захватят», в данном примере также применен прием перифразы известной цитаты «Я б в рабочие пошел, пусть меня научат» стихотворения В. Маяковского «Кем быть»).

Заинтриговав аудиторию, В. Львова не принималась убеждать ее в том, что объект ее внимания — незаурядная, творческая личность (это вряд ли подлежит сомнению), а старалась нестандартно пересказать его биографию. Из всех изученных публикаций в подавляющем большинстве (41) формировался образ личности как творца. Наше исследование по-

казало, что в первую очередь это достигалось за счет публикации малоизвестных широкой аудитории фактов. Так, начиная разговор об А. Блоке, колумнист уже в первом абзаце представила будущего поэта как творческую личность. Когда ему было 13 лет, он выпускал рукописный журнал «Вестник», в котором появлялись переводы, рассказы и рисунки мальчика, а также пародийные рекламы и объявления. Блогер акцентировала внимание читателей на разделе «Обиходная рецептура» со статьей «Как отрезать волку хвост, не причиняя ему ни малейшей боли». Всего юный А. Блок создал 37 номеров журнала, а редактором была его мама. И бабушка помогала иногда. В следующей краткой части мы узнаем о том, почему мальчик носил такую фамилию, и от кого она ему досталась. В трех следующих частях мы не только вкратце знакомимся с биографией А. Блока (где работал, на ком женился, как развивал свой творческий дар), но и чувствуем оценку некоторых его произведений со стороны В. Львовой: «Но, как бы это ни было грустно, сборник “Стихи о России” — это очень чутко и очень честно (и красиво), но блоковские “Прекрасная дама” и “Незнакомка” всегда пользовались большей популярностью» [8]. И снова «деталь»: «“Незнакомка” была настолько известна, что все съемные барышни Невского проспекта могли сказать фразу: “Карандашик, угостите Незнакомочку, я прозябла”. <...> Популярность Блока в те годы сравнима с популярностью нынешних звезд» [Там же]. Во второй половине текста В. Львова упоминает А. Луначарского и М. Горького, которые «пытались отправить Блока за границу, но не успели», тем самым, на наш взгляд, формируя положительные образы каждого из них. Также читатели узнают о графике, иллюстраторе поэмы «Двенадцать», который «сперва был в восторге от стихов, а потом стал не только другом Александра Блока, но и тем человеком, который нарисовал его в гробу». Блогер цитирует его воспоминание: «Я провел наедине с трупом Блока не менее двух часов. Сначала я плакал, потом рисовал его портрет» [Там же]. Мы считаем, что выбранные автором статьи эпизоды направлены на формирование положительного образа этого человека.

Прием упрощенной подачи информации и акцентирование внимания аудитории на некоторых из фактов, которых нет в «Википедии», — основной в творчестве В. Львовой за период нашего исследования. Любовь, творчество и понимание мира героем публикации — на эти направления она делала акцент. Несколько публикаций (например, о чемпионе мира по шахматам В. В. Смыслове, писателе М. М. Жванецком, киноактерах и режиссерах А. Б. Джигарханяне и М. А. Захарове, телеведущем В. К. Молчанове и др.) основаны на воспоминаниях автора о личных встречах с ними во время проведения интервью или вне рамок профессиональной деятельности. Все они подробно пересказывались, каждого из своих собе-

седников В. Львова охарактеризовала как обычных, интеллигентных, приятных в общении людей, мастеров своего дела. Блогер говорит о том, что каждый из них для нее — личность, великий человек, которым не чуждо ничто человеческое: «Василий Смыслов в моих воспоминаниях — человек закрытый, который очень хочет петь. И я не знаю как, но в 1996 году Василий Смыслов стал звездой Большого зала Московской консерватории. Он дал сольный концерт, и зрители слушали его так, как когда-то все рассматривали записи его шахматных партий. <...> Что он делал? Как он ЭТО делал? Это такая же непонятная история, как и его книга “Тайны ладейного эндшпиля”. А мне в завершение интервью он сказал следующее — “Извините, я тут не доиграл с одним мальчиком”» [9]. Таким образом, в данных публикациях использовался *прием типизации*: герой как все.

На фоне положительных медийных образов известных личностей В. Львова формировала отрицательные портреты федерального телевидения и всех связанных с ним персон. В основном негативный образ конструируется за счет отношения колумниста к качеству содержания некоторых разножанровых передач: от телеверсии вручения музыкальной премии «Шансон года — 2021» («Очень смеялись, очень. Треш фантастический. <...> Но, может, закрыть уже лавочку? <...> Вслушайтесь, пожалуйста, что именно вы поете!» [10]) и российских сериалов, в которых показывают одних и тех же актеров («Я радуюсь успехам актера, но поймите: так со зрителем нельзя. <...> Нам и так говорят постоянно, что самоизоляция приводит к странным последствиям, так что экстренное заседание человека в течение дня может привести к любым расстройствам психики» [11]), до критики А. Волочковой, которая в «Своей игре» задавала знатокам вопросы исключительно о своей карьере («Я не знаю, с чем это сравнить. Может, с той параллельной реальностью, где Архимед проверяет верность своего закона в джакузи? [12]). Как и в текстах о выдающихся творческих личностях, авторская тональность повествования была сдержанной, использовались публицистический и разговорный стили языка. Основная форма подачи информации — скрытое удивление, то есть блогер, рассказывая конкретную историю своего отношения с ТВ, обращается и к аудитории, и к телевизионным менеджерам со скрытыми вопросами: «Как так можно? Когда это закончится?» При этом в каждом из текстов о качестве телепередач всегда было формирование публицистического образа однотипных героев сериалов, которых в разных проектах зовут оригинально, но роли и поведение у них почти всегда одинаковые, а также собирательного образа федерального телеэфира, где всегда стреляют-убивают, показывают что-то неприличное, навязывают плохие ценности (алчность и т.д.) или поют шансон. Публикаций, содержащих хоть что-нибудь положительное

в практике вещания современного федерального ТВ, за период исследования мы не выявили.

В результате проведенного исследования мы пришли к выводу о том, что, во-первых, В. Львова — блогер сдержанный, применяющий в своем творчестве всего два приема формирования публицистического образа героев. За период нашего исследования мы выявили только прием упрощенной подачи информации и акцентирование внимания аудитории на некоторых малоизвестных фактах биографии известных людей, а также прием типизации, с помощью которого колумнист старалась дать понять аудитории, что каждый из героев ее публикаций — личность, которой не чужды человеческие привычки и инстинкты. То же самое относится и к выбору объекта внимания на федеральных телеканалах. Читая тексты данного автора, можно почувствовать себя участником телешоу, в котором обсуждается любовь, отношения, творческие взлеты и неудачи известных людей. Однако выбранная тематика, на наш взгляд, позволяет колумнисту и редакции «Комсомольской правды» рассчитывать на то, что без внимания аудитории эти публикации не останутся.

Во-вторых, малый объем текстов (в среднем около четырех тысяч знаков с пробелами) не позволял В. Львовой в полной мере сформировать портрет личности или определенного явления: аудитория получила лишь штрихи к портрету, небольшие этюды, из которых, впрочем, получала достаточные сведения для того, чтобы составить свое мнение о героях выступлений блогера. Чтобы привлечь больше аудитории, автору необходимо регулярнее, а не один-два раза в месяц и реже, публиковать свои тексты, а также тематически разнообразить свой творческий «репертуар».

ЛИТЕРАТУРА

1. Архив публикаций В. Львовой / В. Львова // Комсомольская правда. — 2020–2022. — Режим доступа: <https://www.msk.kp.ru/daily/author/2980/> (дата обращения: 20.03.2022).
2. Иванова Е. В. Мифологическое смыслообразова-

*Казанский (Приволжский) федеральный университет
Аль-Байдхани Валид Абдулкарим Саид, аспирант кафедр
национальных и глобальных медиа
E-mail: waled.1994@yahoo.com*

*Баканов Р. П., кандидат филологических наук, доцент
кафедры национальных и глобальных медиа
E-mail: rbakanov@yandex.ru*

ние: образ культурного героя: автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Е. В. Иванова. — Екатеринбург: УрГУ, 2005. — 49 с.

3. Таскаева А. В. Трансформация образа героя в медийном дискурсе / А. В. Таскаева, С. А. Питина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2021. — Т. 4. — Вып. 7. — С. 2215–2220.
4. Лысевская А. В. Имидж медийного персонажа / А. В. Лысевская // Magister Dixit. — 2015. — № 3 (19). — С. 45–52.
5. Зеленина Е. В. «Портрет героя»: ценностно-смысловые и творческие аспекты / Е. В. Зеленина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2014. — № 2. — С. 33–52.
6. Шевцова Д. А. От публицистического образа к медиаобразу: движение научной мысли / Д. А. Шевцова // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — Вып. 2. — Ч. 3. — Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=23609> (дата обращения: 20.03.2022).
7. Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики / М. И. Стюфляева. — М.: Мысль, 1982. — 176 с.
8. Львова В. Александр Блок умер от смерти / В. Львова // Комсомольская правда. — 2020. — 28 нояб. — Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/21712092/4328763/> (дата обращения: 20.03.2022).
9. Львова В. «Извините, я не доиграл»: 100 лет назад родился чемпион мира по шахматам Василий Смыслов / В. Львова // Комсомольская правда. — 2021. — 24 марта. — Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/27255/4386362/> (дата обращения: 20.03.2022).
10. Львова В. Письмо из дачного поселка в редакцию / В. Львова // Комсомольская правда. — 2021. — 16 авг. — Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/28317/4460432/> (дата обращения: 20.03.2022).
11. Львова В. Как причудливо тасуется колода: В российских сериалах показывают одних и тех же актеров, которые меняются ролями в одних и тех же интерьерах / В. Львова // Комсомольская правда. — 2021. — 13 авг. — Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/28317.5/4458971/> (дата обращения: 20.03.2022).
12. Львова В. Без вертикального шпагата у Насти не ума палата / В. Львова // Комсомольская правда. — 2021. — 28 июня. — Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/28296/4435976/> (дата обращения: 20.03.2022).

*Kazan (Volga Region) Federal University
Al-Baydani Walid Abdulkarim Said, Postgraduate Student
of the National and Global Media Department
E-mail: waled.1994@yahoo.com*

*Bakanov R. P., Candidate of Philology, Associate Professor of
the National and Global Media Department
E-mail: rbakanov@yandex.ru*