

Редакции многих изданий для детей не отстают от технологических и инновационных изменений: предлагают выпуски с дисками («Пізнайко», «Ангелятко», «Професор Крейд»), поощряют различными изделиями и подарками («Жасмин», «Юная леди», «Winx. Волшебный клуб» и др.), предлагают партворки. Некоторая периодика существует в онлайн-режиме. Развиваются и приобретают популярность полноценные детские интернет-журналы.

Но при существенных количественных показателях, неплохом полиграфическом исполнении, заботе о содержательно-ценностных аспектах и внимании к авторам детской прессы, все же некоторые СМИ имеют определенные профессиональные (издательские) просчеты (оформление, формат, нумерация, определение типа издания, последовательность рубрик, содержательная целостность и т. д.). Эти и другие вопросы требуют тщательного изучения, прагматической нацеленности и реализации лучшего издательского опыта в сфере качественного наполнения и оформления изданий для детей в Украине.

Владимир Степанов

Белорусский государственный университет

ОБРАЗ БЛОГЕРА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Хотя формально под блогерами понимаются «люди, которые ведут блоги или публикуют онлайн-дневники» (Dictionary.com), их цели и мотивы настолько разнятся, что их объединяет лишь род занятий – производство медиапродукта и технология его создания – социальные медиа. Творческий энтузиазм масс привел к появлению самых разных социальных практик, объединенных под зонтичным термином «блогерство»: от ведения дневника «для себя» до политической агитации на возмездной основе; от публикации любительских рассказов и стихов до занятий полупрофессиональной журналистикой.

Тем не менее в массовой культуре сформировался определенный образ блогера, который отличается своеобразием. Для определения этого образа был предпринят анализ базы описаний фильмов на сайте «Кинопоиск» (ключевое слово «блогер») и реестра проекта Аненбергской школы коммуникаций «Образ журналиста в популярной культуре» (www.ijrc.org). В последнем содержатся сведения о 370 произведениях литературы и кино, в которых фигурируют блогеры (blogger).

В большинстве произведений массовой культуры блогеры встречаются в эпизодических ролях, введение их образов – дань популярному увлечению аудитории. Гораздо реже блогинг выступает важным элементом, с помощью которого раскрывается характер персонажа или раскручивается пружина сюжета. Например, создатель скандального блога «Сплетница» в одноименном телесериале (Д. Шварц, 2007–2012) – начинающий писатель Дэн Хамфри, выходец из небогатой семьи, который учится в школе с детьми американской элиты и мечтает попасть в мир «золотой молодежи». Блог, тиражирующий сплетни, которые определяют отношения подростков между собой, и интрига вокруг его создателя – один из движителей сюжета. Для Хамфри блог становится способом получить социальный капитал («Все это время у меня было больше власти, чем у вас», – признается он друзьям) и в конечном счете обрести счастье.

Художник-мизантроп с неудавшейся карьерой и личной жизнью, главный герой романа Н. Лейрда «Ошибка Гловера» (N. Laird, *Glover's Mistake*, 2009) ведет блог *The Damp Review*, где выступает критиком, рефлексирова на темы искусства. Такой прием позволяет не только раскрыть переживания героя, но и противопоставить его серую жизнь онлайн-активности (магистральная тема современного искусства – «подмена реальности виртуальностью»). В женском романе «Что-то новенькое» (Т. Janis, *Something New*, 2012) героиня, пресыщенная размеренной семейной жизнью, решает с помощью блога личностный кризис: начав вести анонимный журнал *Something New At42*, она постепенно обретает уверенность и находит себя.

Образы блогеров, как правило, обладают рядом схожих характеристик.

1. Склонность к творчеству и самовыражению. Например, достаточно проработаны образы видеоблогеров – начинающего режиссера Холдена и его подруги, которая скрывается под псевдонимом Плакучая Ива (*Weeping Willow*), – в американском процедурале «Закон и порядок: преступное намерение» (6-й эпизод, 10-я серия, 2006). Герои разыгрывают похищение и в качестве выкупа просят скачать 100 тыс. серий блога – по \$1,99 за каждую. Если Холденом, бывшим студентом киноакадемии, работающего осветителем у своих сверстников, движет жажда творческой самореализации, то для Плакучей Ивы, болезненно застенчивой и воспитанной в строгости девушкой из деревни, – это путь к славе. Блог для обоих выступает способом дешево и быстро обрести популярность.

2. Активная гражданская позиция. Главная героиня сатирического романа К. Бакли «День бумеранга» (C. Buckley, Boomsday, 2007) Кассандра Девайн – молодой PR-специалист, которая по ночам ведет блог под названием CASSANDRA. Движимая различными мотивами, она выступает против старшего поколения («бэби-бумеров»), обвиняя его в социальных проблемах, захлестнувших США. В блоге Кассандра выступает с абсурдной инициативой – ввести налоговые льготы для людей, которые убьют себя до того, как достигнут возраста 75 лет – и получает неожиданную поддержку масс [2]. На фоне волны интереса к Кассандре приходит более 2 млн электронных писем, она вынуждена нанять пятерых сотрудников для обновления блога. СМИ называют ее «Эйн Рэнд блогосферы». Блогер здесь – синоним человека с активной гражданской позицией, который обрел мощный медийный инструмент для ее выражения.

3. Пронырливость, настойчивость, преодоление преград. Герой книги «Дикая жизнь» (L. Grant, The Wild life, 2014) успешно разыскивает пропавшего миллионера в диких лесах Аляски. Протагонист романа-триллера Д. Хэндлера «Нажми, чтобы проиграть» (D. Handler, Clicktoplay, 2010) – политический блогер-расследователь Гюнт Либлинг, который пытается раскрыть жуткое убийство. Символично, что это дело ему передает хотя и опытный, но престарелый журналист, который слишком неможен для таких авантюр.

В культурном пространстве литературы и кино блогеры так или иначе противопоставляются профессиональным журналистам. Иногда сюжет и характеры героев определяются этим контрастом. Например, в повести Л. Уайлд «Единственно твой» (L. Wilde, Exclusively Yours, 2011) автор сталкивает между собой журналистку Оливию и блогера Николаса, которые конкурируют за право подготовить эксклюзивный материал [3]. Оливия – потомственный журналист с прекрасным образованием, «старомодная» девушка с репутацией «синего чулка», которая не любит «противных» блогеров. Николай – ее антипод: остроумный, веселый, он бросил учебу ради юмористического блога Man About Texas. Играя на контрастах, Л. Уайлд представляет журналистику как воплощение стандарта, нормы, а блогинг – как их разрушение, трикстерство.

Чаще всего конфликт между блогером и журналистом укладывается в несколько схем.

1. Блогер – это «недожурналист». При такой схеме блогер представлен любителем, начинающим публицистом или писателем (иногда – графоманом), который при условии упорного труда или счастливого стечения обстоятельств может «вырасти» до сотрудника СМИ. Блогосфера,

таким образом, – пограничное пространство между СМИ и аудиторией, место для «вербовки» талантов и ярких личностей.

Главная героиня молодежной комедии «Таптал» (Р. Дорофеев, 2014) Яна ведет популярный блог на якутском портале. Его редактор предлагает героине стать штатным автором – и просит в качестве экзамена подготовить материал в духе журналистского расследования. Аналогичную схему встречаем в романе А. Михаэль «Последнее слово» (A. Michael, The Last Word, 2014): героиня начинает карьеру как популярный блогер в Twitter с «сотнями фолловеров и легионами молодых фанов», впоследствии «дорастая» до работы веб-журналиста. При этом может случиться и обратная ситуация – в мелодраме Э. Гульд «Дружба» (E. Gould, Friendship, 2014) персонаж Эми не смогла стать автором известного сайта и довольствуется тем, что «ведет третьеразрядный блог».

2. Блогер – это «новый журналист». В этом случае блогер противопоставляется сотрудникам традиционных СМИ, которые скованы стандартами, цензурой, волей спонсора. В фантастическом романе-триллере «Корм» (M. Grant, Feed, 2010) описано децентрализованное американское общество 2040 г., в котором журналистов заменили блогеры. Во время зомби-апокалипсиса, вызванного загадочным вирусом, СМИ под давлением заинтересованных группировок не отреагировали должным образом – и дискредитировали себя в глазах общества. Блогеры оказались быстрее, точнее и стали главным источником информации о катастрофе, сумев помочь многим спастись [4].

Роль глашатая масс, «антенны нации», противостоящего коррумпированной системе отводится блогерам достаточно часто. Правдоискатель-одиночка, вооруженный блогом, идет на большой риск ради своих идеалов: «люди должны знать правду», – убежден персонаж сериала «Говорящая с призраками» (3-й сезон, 14-й эпизод). Блогер Мэтт Бернс из криминального сериала «Морская полиция» (7-й сезон, 3-й эпизод) – активный критик правоохранителей, по их мнению – «мерзавец, который постоянно поливает их грязью в интернете». Однако его расследование и трагическая гибель во время встречи с информатором заставляет следователей снова вернуться к закрытому делу и выяснить, наконец, правду.

В ленте С. Содерберга «Заражение» (2011) эта концепция усложнена. Алан Крумвид (Д. Лоу) считает себя профессиональным журналистом, который несет правду 12 млн читателям своего блога. Во время вспыхнувшей эпидемии Крумвид обвиняет во всем власти и выступает классическим приверженцем «теории заговора». Его одержимость и талант демагога, безусловно, впечатляют. Однако светлый образ «чудака-правдо-

искателя» меркнет, когда выясняется, что Крумвид не просто обманщик, который получил \$4,5 млн за рекламу псевдолекарства, но еще и человек, упивающийся своей властью над умами миллионов: «Скажу одно слово – и никто не придет за вакциной!». По словам Д. Лоу, он играл персонажа, который запускает «параллельную эпидемию страха и паники» [1]. В то же время блогер выступает голосом аудитории, артикуляцией ее страхов, надежд и сомнений в условиях, когда нет доверия СМИ.

Однако все чаще создатели фильмов и книг уходят от дихотомии «блогер – журналист» и представляют блогинг как самостоятельное и своеобразное явление. Например, героиня телефильма «Продолжая бороться» (Т. Дюбуа, 2011) Амелия, пережившая однажды домашнее насилие, ведет колонку в газете, пытается помочь женщинам, которые сталкиваются с подобной проблемой. В какой-то момент Амелия запускает самостоятельный проект – блог, в «который пишет, что у нее на душе». Крупная компания Modern Media Works готова перекупить блог и продюсировать автора, превратив ее в персону шоу-бизнеса. В киноленте затрагивается актуальная для блогеров тема: хотя маркетологам все равно, что пишет Амелия «до тех пор пока ее читают и кликают почаще», автор переживает, что коммерциализация блога может лишить ее творческой свободы.

Литература

1. Contagion. Production notes [Electronic resource]. – Mode of access: www.visual-hollywood.com/movies_2011/contagion/notes.pdf. – Date of access: 01.07.2016.
2. Edelstein, J. H. America 2011 [Electronic resource]. – Mode of access: www.theguardian.com/books/2007/nov/25/fiction.features2. – Date of access: 01.07.2016.
3. Synopsis Samples [Electronic resource]. – Mode of access: wildelori.blogspot.com.by/p/synopsis-samples.html. – Date of access: 01.07.2016.
4. Thea, J. Book review: Feed by Mira Grant / J. Thea [Electronic resource]. – Mode of access: www.thebooksmugglers.com/2010/05/book-review-feed-by-mira-grant.html. – Date of access: 01.07.2016.

Оксана Теребус

*Восточноевропейский национальный университет им. Леси Украинки
(г. Луцк, Украина)*

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ В УКРАИНЕ

Современный этап развития Украины характеризуется возрастающей ролью информационной сферы. СМИ формируют взгляды населения, следят за тем, чтобы политики, руководители всех звеньев, право-