

the patterns and features of the use of advertising strategies in the speech presentation of a work of art (personality, event) in modern art discourse.

**Keywords:** media, artistic culture, synthetic discursive foundations, art discourse, advertising strategies.

Наталья Сергеевна Цветова

Санкт-Петербургский государственный университет

Русская христианская гуманитарная академия им. Ф. М. Достоевского

(Санкт-Петербург)

cvetova@mail.ru

### ДИСКУРС ОБ АСТАФЬЕВЕ: ДИНАМИКА МЕДИАПРЕЗЕНТАЦИИ

Доклад посвящен проблеме медиатизации имени писателя. Цель автора — выявление состава используемых информационных ресурсов, логики презентации и речевой специфики текстов, выполняющих задачу продвижения персоны писателя как историко-литературного явления.

**Ключевые слова:** медиатизация, Астафьев, тема, жанр, тексты продвижения.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-00408, <https://rscf.ru/project/23-18-00408/>.

Виктор Петрович Астафьев (1924–2001) — классик русской литературы прошлого столетия. Формирование ядра гипертекста, посвященного его творчеству, в течение нескольких десятилетий направлялось и анализировалось Астафьевским центром, созданным при Красноярском государственном педагогическом университете, который носит имя писателя. Работа центра осуществляется в нескольких направлениях. Ключевое из них — со-

бытийное. Как правило, новый событийный цикл запускается в юбилейные годы.

Ядро Астафьевского сайта, созданного в 2008 г., — информация о культурно-просветительской деятельности центра, направленной на популяризацию творчества писателя в школьной аудитории и координацию научно-исследовательской деятельности в конференциальном формате.

Но в связи со столетним юбилеем выдающегося прозаика и публициста создается Национальный центр, который войдет в состав мемориального комплекса, включающего дом-музей, музей одного литературного произведения (повести классика «Последний поклон»), выставочный зал. Естественно, создание комплекса повлечет необходимость активизации работы по сопровождению его деятельности в соответствии с генеральными тенденциями так называемого «медиального поворота», о котором исследователи пишут очень активно.

Совершенно очевидно, что уже свершившаяся медиатизация публичного коммуникативного пространства, арт-медиадискурса связана с доминированием продвигающих техник, предполагающих использование не только разных речевых форматов, но и современных коммуникативных технологий. Приведем только один достаточно показательный пример: на обновленном варианте сайта есть прямое указание на использование коворкинга, т.е. модернизация центра предполагает создание новых творческих пространств, выставочных площадей в том числе, способных работать на расширение читательской/потребительской аудитории.

Вопреки ожиданиям, пока, например, даже не планируется создание Астафьевской библиотеки, аккумулирующей, как минимум, наиболее известные, популярные исследования литературно-публицистического наследия художника, использование которых изменило бы статус появившихся ранее на сайте молодежных работ в жанре курсовых и дипломных исследований. Зато активно используются продвигающие техники анонсирования, уже сформировавшиеся в том сегменте глобального литературного дискурса, который посвящен

литературным новинкам. Из этого пространства уже давно вытеснен не только жанр аналитической статьи, но и классическая рецензия, заменяемая отзывами в особом речевом формате. Достаточно обратиться к опыту популярного в интернете Вл. Толстова, создателя и автора литературно-критического бюллетеня, в каждом из выпусков которого анонсируются «пять новинок российской прозы» (БайкалИНФОРМ, 11.01.2017. URL: <http://baikalinform.ru/chitatelb-tolstov/chitatelb-tolstov-pyatb-novinok-rossiyskoy-prozy-s-kotoryh-sovetuyu-nachinatb-chitatelbskiy-god>).

Ядро каждой публикации — представленное уже в сильной позиции начала текста в стереотипной речевой форме оценочное суждение. Об авторской установке на продвижение продукта свидетельствует абсолютное отсутствие авторского намерения мотивировать, аргументировать навязываемые адресату общие оценки. Контактустанавливающим средством в публикациях такого типа становятся интригующие читателя парадоксальные сентенции. Сознательная небрежность в предъявлении чужой речи, использование разных типов прецедентности превращаются в приемы самопрезентации автора.

Сегодня коммуникативную манеру Вл. Толстова уже нельзя назвать уникальной. Он воплощает тенденцию, которая влияет на трансформацию смысловой структуры и речевой формы медиапубликаций, направленных и на продвижение классики. Новая коммуникативная ситуация еще не поддается однозначным оценкам. Пока очевидно только осознание необходимости появления научного описания новых информационных ресурсов, позволяющих использовать самые разные и принципиально новые техники и форматы продвижения литературного текста, литературного имени, влияющих на систему «продаваемых» сегодня имиджевых характеристик литератора (Дускаева, Цветова 2013).

#### Литература

Дускаева Л. Р., Цветова Н. С. Интенциональность и стилистико-речевой облик досугового издания // Мир русского слова. 2013. № 2. С. 34–38.

N. Tsvetova  
St. Petersburg State University

DISCOURSE ABOUT ASTAFIEV:  
DYNAMICS OF MEDIA PRESENTATION

The report is devoted to the problem of mediatization of the writer's name. The author's goal is to identify the composition of the information resources used, the logic of presentation and the speech specificity of texts that fulfill the task of promoting the writer's person as a historical and literary phenomenon.

**Keywords:** mediatization, Astafiev, theme, genre, promotion texts.

Анжела Григорьевна Шилина  
Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского  
(Севастополь)  
angela\_shilina@bk.ru

ИНСКРИПТ КАК ЖАНР  
ИНФОРМАЦИОННО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА:  
ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ И КОРПОРАТИВНОСТЬ

В тезисах доклада рассматривается инскрипт как речевой жанр в современном русскоязычном информационно-культурном пространстве, обсуждаются такие вопросы, как жанровая идентификация инскрипта; репрезентация модели жанра инскрипта и ее научно-методическая интерпретация.

**Ключевые слова:** инскрипт, речевой жанр, информационно-культурное пространство, корпоративный аспект.

Инскрипт является научно обоснованным объектом гуманитарных изысканий в русскоязычном информационно-культур-