

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения  
и журналистики

**«Особенности формирования медиаобраза Захара  
Прилепина в современном Интернет-пространстве»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 432 группы  
направления подготовки 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики  
Лисенко Надежды Валентиновны

Научный руководитель  
д. филол. н., профессор \_\_\_\_\_ Е.Г. Елина  
подпись, дата

Научный консультант  
к. филол. н., доцент \_\_\_\_\_ М.В. Ерохина  
подпись, дата

Зав. кафедрой  
д. филол. н., профессор \_\_\_\_\_ В.В. Прозоров  
подпись, дата

Саратов  
2018

## Введение

**Целью** нашей работы является изучение способов формирования медиаобраза Захара Прилепина в современном Интернет-пространстве.

Медиаобраз – понятие, мало исследованное в российской гуманитарной науке, терминологически и методологически недостаточно осмысленное. Современными учеными медиаобраз чаще всего рассматривается как особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией; единица выразительных средств СМИ, которая представляет собой художественную конструкцию, направленную на моделирование не столько фактической, сколько эмоциональной составляющей медиасобытия; то, как тот или иной объект представлен в современной медийной реальности и какие ассоциации о нем возникают у аудитории.

Но в контексте нашего исследования мы склонны трактовать медиаобраз более широко, а именно – как фрагментарную модель реальности, создаваемую в текстах конкретной медийной персоны – Захара Прилепина, отражающих его мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества, что определяет **новизну** нашего исследования.

Всплеск масс-медийной активности Прилепина приходится на 2014 год: именно в этот период, с момента присоединения Крыма к России, Прилепин максимально включается в общественно-политический процесс. В сентябре 2014 года Прилепин посещал зону вооружённого конфликта на востоке Украины в качестве военкора со стороны самопровозглашённых Донецкой и Луганской Народных Республик. Его заметки были опубликованы множеством изданий, например, «Комсомольской правдой»

и общественно-политическим интернет-изданием «Свободная пресса», шеф-редактором которого он является с 2012 года. Эти эмоциональные, заметные публицистические тексты всегда вызывали горячие читательские споры, в которых наряду с критикой политической активности Прилепина возникала и критика его литературных произведений. Показательно, что осенью 2016 года организаторы польского литературного фестиваля Конрада отозвали приглашение Прилепину, с которым «хотели обсудить проблемы национализма как человеком идеологически-ангажированным и имеющим значительное влияние на взгляды россиян»<sup>1</sup>. В связи со всеми перечисленными фактами мы намерены ограничить **хронологические рамки** нашего исследования 2014-м и 2018-м годами. Именно в этот период Прилепин вызывает повышенное внимание и как писатель, и как журналист, и как общественный деятель.

Ключевым **объектом** нашего исследования становятся способы и формы медийной самопрезентации Захара Прилепина, а **предметом** – наиболее резонансные публичные выступления Захара Прилепина в подтвержденных аккаунтах писателя в социальных сетях (Фейсбук) и блоговых платформах (Живой Журнал), а также пользовательские отклики в Интернете, включая литературные впечатления читателей. Последнее определяет **актуальность** работы, поскольку ряд исследователей современной медиасферы отмечают повышенную значимость откликов целевой аудитории в формировании современных медиаобразов: «Мы полагаем, – пишет, в частности, Л.В. Зубанова, – что моделирование

---

<sup>1</sup> Официальный сайт Захара Прилепина. — URL <http://zaharprilepin.ru/> (дата обращения: 11.01.2018).

медиаобразов на основе комментариев Интернет-пользователей, дающих свою оценку этому событию/явлению добровольно и спонтанно, прочитав опубликованную статью или в ответ на комментарий своего Интернет-собеседника по той же проблеме в социальных сетях, блогах, на сайтах медиаизданий, является наиболее перспективным направлением в исследовании медийного образа. Так как особая коммуникативная активность Интернет-пользователей – повышенная страсть к дискуссиям, спорам, обсуждениям – превращает Интернет-пространство в арену значимой общественной коммуникации, особое сообщество активных адресатов и адресантов»<sup>2</sup>.

В своей работе мы ставим перед собой следующие **исследовательские задачи:**

1) Отработка основных терминологических понятий исследования, включая конкретизацию понятия «медиаобраз», установление различий между понятиями «медиаобраз», «личный бренд» и «имидж».

2) Анализ наиболее резонансных публичных выступлений Прилепина 2014-2018 годов на всех ключевых для него медиаплощадках.

3) Изучение влияния формата Интернет-площадки на содержание читательских откликов и формы коммуникации между автором и его читателями. Сюда мы относим анализ дискуссий в официально подтвержденных социальных пабликах Прилепина, отдельно рассматривая его открытые комментарии к тем или иным значимым

---

<sup>2</sup> Зубанова, Л.Б. Медиаобраз действительности: ценностное пространство современных средств массовой информации монография / Л. Б. Зубанова; Челябинская гос. акад. культуры и искусств. Челябинск, 2007. С.45.

политическим событиям, включая анализ его взглядов на некоторые аспекты саратовской политической жизни.

Поставленные задачи определяют **структуру работы**, состоящую из двух глав. В первой главе мы рассматриваем теоретические аспекты формирования медиаобразов, опираясь на работы Л.В. Хочунской, Л.В. Зубановой, Е.Н. Богдан, В.О. Покидовой и других.

Во второй главе мы изучаем особенности формирования медиаобраза Прилепина на различных медиаплатформах, в первую очередь – в Фейсбуке и Живом Журнале, на официальном сайте писателя, а также в его авторских журналистских проектах. Исследуя все эти разновекторные стороны его медиаобраза, отдельное внимание мы уделяем литературному творчеству Прилепина как центральному делу его публичной деятельности. Отдельный параграф связан с анализом массовых откликов Интернет-аудитории на профессиональную деятельность Прилепина. Всего в рамках работы нами проанализировано около ста развернутых рецензий, авторами которых являются как профессиональные журналисты, публицисты, критики, так и обычные читатели, непрофессиональные литераторы. При этом отчетливо выявляется общая любопытная тенденция – Интернет-сообщество само очень активно пытается дать определение тому, кем же сейчас является для русской литературы, истории, политики и журналистики Захар Прилепин?

**Апробация работы:** результаты исследований были успешно апробированы на Всероссийской конференции молодых ученых «ФИЛОЛОГИЯ И ЖУРНАЛИСТИКА В XXI ВЕКЕ», посвященной памяти профессора Валентина Евсеевича Гольдина (Саратов, 25-27 апреля 2018 г.), по

материалам выступлений в печать сдана одна научная статья.

## **Основное содержание работы**

### **Глава 1. Особенности формирования медиаобраза в современном Интернет-пространстве**

С помощью новых медиа аудитория впитывает, поглощает, воспринимает медиаобраз, формируемый также постами из блогов и микроблогов. Он, отмечает Е.Г. Малышева, «то подтверждает личное мироощущение, то опровергает его, вступая порой с личным представлением в острое противоречие. Однако под воздействием СМИ и новых медиа и эти представления способны изменяться. Уточнение, подтверждение или отторжение индивидуального образа происходит путем сопоставления собственного мнения с мнениями других представителей общества как в межличностном общении, так и в условиях массовой коммуникации, важнейшую роль в которой играет журналистика»<sup>3</sup>.

Интернет-пользователи специфично выбирают информационные поводы. Чаще всего постоянными характеристиками текстов блогеров становятся релевантность и непредсказуемость. Событие, о котором пишет пользователь, обычно имеет общественную значимость, и в то же время автор проявляет к нему личный интерес<sup>4</sup>. В этом смысле анализ пабликов Прилепина в социальных сетях становится для нас вдвойне сложным: необходимо учитывать не только особенности восприятия и дальнейшей трансляции его медиаобраза пользователями,

---

<sup>3</sup> Малышева, Е.Г. Моделирование медиаобраза Омска по данным современной блогосферы // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 94.

<sup>4</sup> Там же

но и медийные стратегии самого Прилепина как активного блогера, побуждающего свою аудиторию к высокой медиаактивности.

В рамках разобранных нами научных трактовок медиаобраз Захара Прилепина может быть рассмотрен как совокупность выраженных в медиапространстве его профессиональных, творческих, социальных образов, созданных в сотрудничестве с новыми медиа и разными сферами духовного творчества и отражающие особенности текущего момента действительности. При этом в рамках нашей работы необходимо следующим разграничить понятия медиаобраза и имиджа:

Имидж всегда формируется намеренно, существует не только в СМИ и Интернет-реальности, проникает в сознание аудитории посредством различных каналов коммуникации, в том числе через личное наблюдение;

Медиаобраз может не ставить перед собой задачу формирования определенного впечатления, создается, функционирует и проникает в сознание аудитории только в масс-медийной среде<sup>5</sup>.

Однако медиаобраз и имидж тесно связаны друг с другом – одно из понятий или его часть может включать в себя другое. Например, отдельные имиджевые публикации о Прилепине-писателе, Прилепине-журналисте, Прилепине-музыканте, Прилепине-бойце ДНР становятся значимой частью его цельного медиаобраза. В то же время медиаобраз может поддерживать или намеренно контрастировать с разными профессиональными и социально-общественными имиджами Прилепина, что, на

---

<sup>5</sup> Покидова, В.О. Понятия "образ", "медиаобраз" и "репрезентация" в рамках масс-медийного дискурса // Теория и практика современной науки. 2018. № 1 (31). С. 415-423.

наш взгляд, является определенной стратегией выстраивания его персонального (личного) бренда.

Накопленный багаж медийной узнаваемости позволил Захару Прилепину выстроить в своих социальных сетях со сменой своего личного бренда в 2016-2017 годах очень действенную и продуктивную систему коммуникации с аудиторией, включающей как и его поклонников, так и его противников («хейтеров»). В этом смысле анализ наиболее резонансных выступлений Прилепина в масс-медийном пространстве 2014-2018 годов позволяет проследить за тем, как последовательно меняется медиаобраз Прилепина вслед за трансформацией его персонального бренда.

Вместе с тем отчетливо выявляются задачи, на которые стабильно ориентирована медийная стратегия Прилепина: 1) выстраивать долгосрочные и взаимовыгодные отношения между автором и его аудиторией; 2) выступать в качестве инструмента карьерного роста; 3) быть средством публичной демонстрации политической и профессиональной позиции автора; 4) позиционировать контентную уникальность автора в рамках различных медиаплатформ<sup>6</sup>.

## **Глава 2. Особенности медиаобраза Захара Прилепина на различных медиаплатформах**

Из всех социальных сетей наибольшую активность Захар Прилепин проявляет в Фейсбуке (<https://www.facebook.com/zaharprilepin>). Для Прилепина Фейсбук – реальная возможность вести активный диалог с

---

<sup>6</sup> Баканова, В.В. Личный бренд: онлайн-технологии продвижения личного бренда // В сборнике: Медиафера: тенденции и перспективы развития. Материалы IV научно-практической конференции. 2017. С. 85-86.



подписчиками (96 261 человек по состоянию на июнь 2018 года), которые в среднем оставляют до 120 комментариев к постам Прилепина и до 100 их перепостов. Сам Прилепин активно отвечает на комментарии пользователей в Фейсбуке, причем как на положительные, так и на отрицательные; в выражениях не стесняется, применяя в виртуальном разговоре и нецензурную лексику. В 2015 году Прилепин объясняет своим читателям окончательный выбор именно Фейсбука как ключевой медийной площадки для себя: «Сказали: может тебе забить на Фейсбук — сколько можно это терпеть. Нет, это они меня терпят, друзья мои. В патриотическом сегменте ФБ у меня самый известный в России журнал (второе место по количеству подписчиков у Rogozina, третье — у Лимонова). Я буду там стоять, пока администрация ФБ не вырубит свет»<sup>7</sup>.

Именно Фейсбуку Прилепин доверяет не только собственные литературно-критические высказывания и полемики с другими литераторами (Дмитрием Быковым, Татьяной Толстой, Верой Полозковой и др.), но и важные резонансные заявления из политической сферы. Так, сделанное именно в Фейсбуке заявление Захара Прилепина о том, что он стал зам.командира разведывательного батальона ДНР, произвело в информационном пространстве эффект разорвавшейся бомбы в феврале 2017 года и стало одной из самых обсуждаемых тем в СМИ<sup>8</sup>.

Еще одной важной частью медийной стратегии Прилепина остается работа с комментариями и отзывами

---

<sup>7</sup> Официально подтвержденный аккаунт Захара Прилепина в Фейсбуке: <https://www.facebook.com/zaharprilepin> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>8</sup> Александр Коц. Захар Прилепин собрал в ДНР свой батальон // Комсомольская Правда. 13.02.2017 — URL: <https://www.saratov.kp.ru/daily/26642.5/3661046/> (дата обращения: 04.01.2018); Писатель Захар Прилепин получил погоны майора Вооруженных сил ДНР // Лента.ру. 13.02.2017 — URL: <https://lenta.ru/news/2017/02/13/prilepin2/> (дата обращения: 04.01.2018) и др.

читателей его книг, которые делятся своими литературными впечатлениями. Такие отзывы собираются Прилепиным и его командой, но обрабатываются по-разному: на негативные отзывы практически сразу следует жесткий отпор в комментариях от самого Прилепина; позитивные отзывы либо публикуются в формате репоста, иногда – с коротким комментарием Прилепина, если автор отзыва ему хорошо знаком; либо публикуются в специальной рубрике официального сайта Прилепина.

В целом, Прилепин как блогер в рамках современного литературного процесса отличается демонстративно-агрессивным поведением. Существенно, что его длинные эмоциональные манифесты в Фейсбуке все равно обращены в большей степени к «своим», к коллегам из литературной и масс-медийной сферы, и все разворачивающиеся в соцсетях конфликты являются, по сути дела, внутрикорпоративными, в них, в отличие от политических дискуссий в фейсбуке Прилепина, не втянуты обычные пользователи. Однако во всех этих сознательно провоцируемых блогером конфликтах именно ясно, четко, однозначно выраженная гражданская позиция Прилепина обеспечивает ему место в топе новостей и постоянный рост медиацируемости.

## **Заключение**

Для современного писателя его медиаобраз – это и результат сознательных усилий издателя, и проявление его общественной позиции, и создание диалога с читательской аудиторией. Новейшая литература имеет второе имя – литература информационного общества, а лидирующую позицию здесь занимает критерий массовой востребованности. А благодаря современным технологиям медийной культуры все явления сегодняшней

действительности являются каналами медиа – по словам Валерия Савчука, «возникает странное чувство, что почти к любому термину уже можно добавить слово медиа, и он будет действительно работать в новой общественной и научно-технической ситуации»<sup>9</sup>.

Ярким примером того, как это реализуется в литературной и общественно-политической среде, сегодня является Захар Прилепин. И в своих книгах, и на всех медиаплатформах, и собственным примером он целенаправленно и системно отстаивает право русского писателя защищать с оружием в руках те идеалы, которые ему дороги.

Ю.Р. Вакуленко справедливо подчеркивает: «Если проследить за творчеством Прилепина с точки зрения его медиаимиджевого потенциала, то можно отметить, что своей известностью он обязан не только литературе. Прилепин реализует себя в медиапространстве как хорошо продуманный бренд: к литературным наградам добавляются авторские программы и передачи, собственная линейка одежды, выпуски сборники чужих стихов и прозы, на обложках которых фото не авторов текстов, а самого составителя, огромное число статей и колонок во все мыслимых изданиях и соцсетях, фото на обложках гляцевых журналах в качестве ролевой модели и перспективного политика-интеллектуала. По всем этим параметрам Прилепин – типичная медийная поп-звезда»<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Медиафилософия: формирование дисциплины. // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. / Под. ред. В. В. Савчука. — СПб., Изд-во Санкт-Петербургского философского общества. 2008. С. 14.

<sup>10</sup> Вакуленко, Ю.Р. Захар Прилепин – современный медиаидол. Как формировался медиаобраз литературного деятеля // Медиа.Информация.Коммуникация. – URL: <http://mic.org.ru/2-vypusk/637-zakhar-prilepin-sovremennyj-mediaidol-kak-formirovalsya-mediaobraz-literaturnogo-deyatelya>

Прилепин создает медиаобраз на основе собственных представлений о значимости связанных с его профессиональной деятельностью медиасобытий и придает им разнообразную эмоциональную окраску. Он осуществляет управление различными компонентами общественного сознания в соответствии с особенными, уникальными или характерными чертами каждой его целевой группы: профессиональной литературной и масс-медийной среды, читательской аудитории его книг, зрительской аудитории его телепрограмм, сочувствующих его военной и благотворительной деятельности в ДНР.

Прилепин умело использует все каналы влияния на аудиторию – тексты, фото, видео, звуковые подкасты, умело распределяя их в соответствии с совершенно конкретными целями каждого своего публичного высказывания. При этом он опирается как на сознательные, так и на неосознаваемые установки.

Сознательные цели успешно решаются благодаря его высокой квалификации, большому опыту публичных выступлений, пониманию механизмов влияния на аудиторию в масс-медийном Интернет-пространстве. К ним можно отнести стремление управлять сознанием аудитории посредством различных медиаисторий и их интерпретаций под влиянием личных или идеологических установок. В таком случае Прилепин сознательно строит медиасообщение таким образом, чтобы произвести определенный эффект на аудиторию и получить необходимую выгоду от общественной реакции – особенно четко это проявляется в его постах с призывами к благотворительным пожертвованиям для пострадавшего населения ДНР.

Медийная активность и медийная репрезентация Прилепина приводит к тому, что он оказывается обязанным

высказаться по всем существующим в нашем актуальном интеллектуальном пространстве вопросам. Это во многом определяет следующие ключевые характеристики его медийной стратегии, нацеленной на формирование и поддержку конкретного медиаобраза: регулярное появление в СМИ; широкая популярность и узнаваемость в массах; установка на субъективное начало и субъективное творческое поведение в СМИ и блогах; наличие особых индивидуальных характеристик поведенческого образа; наличие идеологии, транслируемой в массы; высокое личностное влияние на аудиторию.

Важная составляющая успешности медиаобраза заключена, на наш взгляд, не столько в литературной или журналистской, сколько в максимально четко выраженной гражданской позиции Прилепина. Писатель и журналист Василий Авченко определяет ее так: «Прилепин сегодня – больше, чем «просто писатель». Это фигура в российской культуре смыслообразующая. Вольно или невольно он стал локомотивом, «точкой сборки», катализатором кристаллизации идейно-культурологического социального раствора. Кому всё это не очевидно сейчас – станет очевидно потом. Захар Прилепин пишет, как живёт, и живёт, как пишет.... Одновременно имперец и социалист, государственный и революционер, Захар Прилепин – воплощение алхимического рецепта современного русского человека, который сегодня так остро нужен»<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Паблик Василия Авченко в Фейсбуке. – URL:  
<https://www.facebook.com/vasily.avchenko/posts/1214221505341203>