

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

«Литературные материалы интернет-проекта Arzamas:

полное наименование темы выпускной квалификационной работы в кавычках полужирным шрифтом

формы и проблемы культурно-просветительской миссии»

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 2 курса 251 группы

направления 45.04.01 «Филология» (профиль «Русская словесность и журналистика»)

Института филологии и журналистики

Силкиной Полины Валерьевны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

зав. каф.,

д. филол. н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

В.В. Прозоров

инициалы, фамилия

Консультант

доцент, к.ф.н.

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т.А. Волоконская

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов
2021

Тема нашей выпускной квалификационной работы – «Литературные материалы интернет-проекта Arzamas: формы и проблемы культурно-просветительской миссии».

В 2015 году команда журналистов запустила просветительский проект – сайт Arzamas гуманитарной тематики. Данный интернет-проект позиционирует себя как некоммерческий, с бесплатным доступом к материалам.

Для проекта Arzamas основным, главным форматом являются видео- и аудиолекции. Вероятно, такая подача материала определяется желанием создателей проекта предоставить ученому возможность говорить с аудиторией напрямую. Филипп Дзядко акцентирует внимание на том, что видеолекции с учеными – это мост знаний, человек слушает, воспринимает и перенимает образ мыслей, культуру человека и обогащается. «Очень жаль, что "Арзамас" не начался раньше и мы не успели записать людей, которых записать было необходимо. У нас нет видеолекций Михаила Гаспарова, Елеазара Мелетинского, нет и не будет Алексея Зверева. Совсем немного лекций Григория Дашевского и Бориса Дубина... Хочется максимальному количеству людей дать возможность это получить, эти голоса услышать, этот способ думать воспринять»¹.

Цель выпускной квалификационной работы – на основе анализа литературных материалов интернет-проекта Arzamas выявить формы и проблемы культурно-просветительской миссии этого популярного ресурса..

Объектом исследования – литературные материалы интернет-проекта Arzamas (лекции по литературе, подкасты, игры, интервью с учеными и др.) и его взаимодействие с целевой аудиторией.

Предмет исследования – основные формы и проблемы культурно-просветительской миссии литературного сегмента Arzamas.

¹ Петров Е. Филипп Дзядко: «Быть чисто медиа неинтересно, быть университетом еще рано» [Электронный ресурс] // COLTA.RU. URL: <https://www.colta.ru/articles/media/6395> (дата обращения: 18.05.2021).

Изучением форматов новых медиа и определением понятия интернет-проекта занимались такие исследователи, как А.В. Чижик, В.К. Обыденкова, С. М Гуревич и другие. Среди отечественных и зарубежных ученых – авторы известных учебников по теории медиа и коммуникации (М. Маклюэн), вопросам интерактивной журналистики (С.С. Распопова, Н. Больц, О.С. Рогалева, Г.П. Бакулев, С.В. Протасов), теории массовой коммуникации и медиалингвистики (Т.Г. Добросклонская, А.А. Тертычный, Л.Р. Дускаева). Существуют работы, посвященные разработке тем, касающихся просвещения и изучения коммуникативных практик и жанров интернета (В.В. Прозоров, Е.И. Горошко, О.Е. Галанова).

Основными задачами работы являются:

- раскрыть историю создания интернет-проекта Arzamas;
- показать структуру веб-сайта интернет-проекта Arzamas;
- рассмотреть дизайн и рекламу как способы формирования имиджа проекта Arzamas;
- раскрыть основные формы культурно-просветительской работы интернет-проекта Arzamas, изучить литературные материалы ресурса;
- проанализировать целевую аудиторию, интерактивные площадки и конкурентов портала Arzamas;
- выявить проблемы культурно-просветительской миссии Arzamas и на его примере показать пути совершенствования деятельности, способствующие повышению культурного уровня аудитории.

В первой главе работы рассматривается история создания интернет-проекта Arzamas, анализируется структура редакции и веб-сайта, изучается роль дизайна и виды рекламы в формировании имиджа интернет-проекта Arzamas. **Вторая глава** посвящена основным формам работы и литературным материалам интернет-проекта, проводится анализ целевой аудитории, интерактивных площадок. **В третьей главе** проводится сравнение Arzamas и конкурентов, выявляются проблемы культурно-просветительской миссии, проанализированы пути совершенствования

деятельности интернет-проекта Arzamas. В заключении подводятся итоги и намечается перспектива исследования.

Запуск проекта Arzamas состоялся в Год литературы, и среди первых публикаций на сайте оказались материалы, посвященные 200-летию литературного общества «Арзамас». Интернет-проект периодически вносил изменения на сайте. Менялась структура редакции проекта, понимание его миссии.

Материалы сайта Arzamas посвящены отраслям гуманитарного знания: история, литература, антропология, искусство. Раздел «Курсы» или, как называют их разработчики Arzamas, «гуманитарные сериалы», представляет собой циклы коротких лекций. Все видео сопровождаются графикой (схемами, обозначением дат, цитатами, пояснениями, фотографиями), что облегчает восприятие материала. Дополнительные материалы представлены различными форматами, чаще это интервью с экспертами, есть краткие инструкции, кинохроники, фотографии.

Материалы снабжены видеоподкастами, также встречаются онлайн-игры, квесты, тесты, рецепты, музыкальные плей-листы, онлайн-встречи, встречи (лекции) в реальной жизни, семинары через программу Zoom, онлайн-экскурсии.

За весь период работы Arzamas (с 2015 по май 2021 год) вышло 88 курсов, из них 33 в разделе «Литература», в том числе из них 3 относятся к «Спецпроектам» – как правило, это более объемный материал, с непривычной подачей информации.

Язык адаптирован под массового читателя, материалы снабжены дополнительной графикой, иллюстрациями и всплывающими комментариями. Такой контент можно изучать и как самостоятельный текст, и как дополнение к курсу. В конце приводится список использованной литературы и других источников. Средства и приемы инфотейнмента используются для облегчения восприятия информации, что помогает читателям легче понимать и быстрее усваивать серьезные публикации,

большие по объему материалы. А игры, тесты, кроссворды помогают сделать сложные сведения интересными и доступными.

Всё это говорит о том, что интернет-проект Arzamas отвечает современным требованиям, использует различные игровые и визуальные приемы для облегчения восприятия информации. Интернет-проект Arzamas прошел свой интересный путь от запуска сайта до создания особой открытой, доступной просветительской интерактивной площадки для всех, с выходом на социальные площадки.

На сайте Arzamas продуманный дизайн страниц и подачи материала, выстроенный в едином стиле: взаимосвязь визуальных (фото, видео, шрифты, цвета) решений для создания неповторимого имиджа интернет-проекта Arzamas. Оформление понятное, яркое, привлекающее внимание, но не раздражающее. Сайтом удобно пользоваться, какие-либо неудобства или затруднения у рядового интернет-пользователя не возникают. Эти качества способствуют стимуляции у посетителя желания остаться на сайте и продолжить изучение публикуемых материалов.

Если говорить о рекламе в составе исследуемого проекта, то заметим, что реклама ненавязчива и выстроена, так что вызывает меньшее отторжение у читателя. На страницах сайта присутствуют логотипы партнеров; партнерский материал; совместные проекты. Реклама интернет-проекта Arzamas имеет следующие виды: SEO-продвижение; E-mail реклама, реклама в социальных сетях; реклама на сайте (баннерная, нативная, спецпроект). Рекламные интернет-технологии направлены на информирование подписчиков о новых публикациях, напоминание о проекте и также на сотрудничество с партнерами.

Самые частые темы в литературном сегменте Arzamas – изучение мира поэта, писателя; ознакомление читателей с миром национальной литературы; также затрагиваются вопросы об архивах и исторических подделках. Портал подает свои материалы таким образом, что читатель может выбрать курс на интересующую его тему. Гость сайта может прекратить просмотр лекции и

перейти к ознакомлению статей в произвольном порядке, т.е. создатели проекта Арзамас предоставляют читателю возможность повлиять на последовательность изучения предоставляемых материалов.

Целевую аудиторию интернет-проекта Arzamas можно определить как общность людей разных возрастов, профессий, места жительства, образования, социального статуса, интересующихся гуманитарным знанием и имеющих доступ в Интернет. Проживают эти люди преимущественно в России, активно пользуются Интернетом, а гендерный аспект не играет особой роли. Данный проект интересен и для ученых, и для массовых слушателей. Широкой аудитории открываются серьезные, сложные темы по культуре, литературе, искусству. Так происходит обмен знанием о мире, обогащение, наполнение, воспитание (или – питание) культурой, знанием.

Для охвата такой разнообразной аудитории команда Arzamas создала различные интерактивные площадки, так как современные реалии таковы, что люди, имеющие телефон, вовлечены в социальные сети и мессенджеры. Команда интернет-проекта Arzamas смогла обеспечить широкий охват и разнообразие каналов для распространения информации. Однако имеются и такие ресурсы, которые маркетологи интернет-проекта Arzamas пока не применяют, к примеру мессенджеры Viber и WhatsApp, площадка для размещения текстового контента TikTok.

Мы изучили следующие ресурсы, которые можно считать конкурентами или в большей степени единомышленниками интернет-проекта Arzamas в российском интернет-пространстве: «Элементы» – один из первых просветительских отечественных проектов; N+1 – научно-популярный новостной сайт; «ПостНаука» – популярный просветительский сайт о современной фундаментальной науке и ученых; а также ряд иных интернет-ресурсов, представляющих собой образовательные онлайн-проекты.

Главное отличие Arzamas от Coursera, проектов «ИНТУИТ», «Лекториум», «Универсариум», сайта факультета гуманитарных наук ВШЭ и

других в том, что Arzamas – просветительский интернет-проект, посвященный гуманитарным наукам, в то время как прочие упомянутые выступают проектами образовательными. Большинство из них взимают плату за распространяемый контент либо оказываемые услуги. Этот факт сокращает и ограничивает их аудиторию. Часто курсы построены так, что нельзя пройти обучение или посмотреть запись в любое время.

В современном обществе имеется ярко выраженный интерес к гуманитарным, историко-культурным знаниям, поэтому востребованы научно-просветительские сайты, а в будущем эта тенденция, возможно, будет усиливаться. По словам философа В. Куренного, «необычайно востребованной вновь становится классика. Человеку необходимы определенные культурные якоря, за которые можно ухватиться в условиях экзистенциальной неопределенности»².

В 2015 году, в интервью для проекта ВОС, Ф. Дзядко сделал громкое заявление: «Аудитория "Арзамаса" должна составлять примерно 143 млн человек в день. Таковы мои ожидания. Пока этой цифры мы не достигли, но движемся в этом направлении»³. На замечание о том, что узкая тематика проекта вряд ли сможет привлечь многомиллионную аудиторию, Дзядко указал, что нет человека, который знает все. Однако в 2018 году основателю пришлось признать, что цели по охвату ЦА были недостижимыми. В интервью для Harper`s Bazaar 8 мая 2018 года главный редактор высказался так: «... у сайта около 4 миллионов просмотров в месяц». Разговор шел, в том числе и об аудитории: «Мы – переводчики. Связные между экспертами, учеными (нашими современниками и вообще), умнейшими людьми, фантастически интересными книжками и аудиторией любой величины, которая, может, и не знает, что ей нужно. Почему я говорю про перевод? Часто обладатель уникального знания изъясняется на определенном языке,

² Куренной В. Теория компенсации [Электронный ресурс] // ПостНаука. URL: <https://postnauka.ru/video/14279> (дата обращения: 17.05.2021).

³ Долгополова М., Давыдов В. Филипп Дзядко: «В России все надо начинать с самого начала» [Электронный ресурс] // Агентство ВОС. URL: <http://w-o-s.ru/article/15992> (дата обращения: 17.05.2021).

сложном тем, кто не погружен в проблематику. Мы стараемся находить формы, благодаря которым эта разница скрадывается»⁴.

При сравнении Arzamas с «Элементами», N+1, «ПостНаукой» и другими выявляется общая черта: все эти ресурсы появились в информационном пространстве практически в одно время (2012–2015 годы), создаются командами, состоящими в том числе из журналистов, и в качестве задач ставят перед собой организацию, трансляцию культурно-просветительских ценностей и мероприятий.

Для успешной реализации намеченных целей Arzamas представляется целесообразным создавать в сознании читателя позитивный имидж интернет-проекта как доступного для разных групп потребителей. Несомненно, необходим новый медиапродукт, который способствовал бы предоставлению качественных культурно-просветительских продуктов, соответствующих запросам и возможностям, в том числе для людей, у которых есть выход в Интернет, для людей, у которых нет ни компьютера, ни Интернета, а также для людей с ограниченными возможностями.

Заметим, что у интернет-проекта Arzamas не освоены следующие инструменты работы с аудиторией:

– Пользующийся популярностью «Голосовой помощник», которого нет на сайте Arzamas и в приложении Arzamas. Его применение может решить такие задачи, как помощь в поиске нужных курсов или статей, превращение текста в речь (озвучивание материалов сайта), навигация по сайту. Также голосовой помощник в разделе «Детская комната» поможет контролировать длительность пребывания ребенка на сайте, может обучать социальным играм – таким как прятки и другие командные игры, предложить поиграть с друзьями, мамой, папой, школьниками. Еще миссией помощника может быть приобщение человека к реальности, пропаганда преимуществ реальной жизни перед виртуальной.

⁴ Цит. по: Углик А. Главный редактор Arzamas Филипп Дзядко о том, как и зачем рассказывать о мировой культуре [Электронный ресурс] // Рамблер. URL: <https://weekend.rambler.ru/other/39801822/> (дата обращения: 18.05.2021).

– Нет у Arzamas программы 3D-реальности, ее применение поможет проводить онлайн-экскурсии, это отличная возможность посетить весь мир не выходя из дома.

Именно располагая новыми техническими средствами, Arzamas сможет решать просветительские задачи и вести постоянный межкультурный диалог по всем вопросам, волнующим подписчиков.

Несомненно, сейчас масс-медиа являются главным каналом просвещения широкой аудитории. Интернет-проекту Arzamas не хватает большей оригинальности в подаче материалов. В сравнении с проектами-единомышленниками прослеживается похожий стиль построения сайтов и создания видеолекций. Чтобы задействовать многообразие журналистского и лекторского творчества в сфере культуры, видится необходимым выработать выверенную просветительскую программу, провести исследования запросов и культурного уровня аудитории. Для этих целей была разработана анкета, которая даст представление о возможном дальнейшем развитии интернет-проекта Arzamas.

Также нужно сказать, что Arzamas не стремится расширять круг лекторов, ограничившись в основном Москвой и Санкт-Петербургом. Видится интересным приглашать к участию талантливых преподавателей со всех городов России. Таким образом Arzamas сможет увеличить число авторских курсов и разнообразить их тематику. Все эти направления должны стать приоритетными в деятельности интернет-проекта Arzamas.

Основной вывод, который можно сделать на основании проведенного сравнения и исследований, – в гуманитарной сфере в Рунете у Arzamas нет конкурентов. Он был и остается единственным ресурсом с контентом (видеолекциями, статьями, лонгридами, тестами, играми и т.д.), посвященными исключительно гуманитарным дисциплинам. Однозначно проект оказывает влияние на формирование культурно-просветительской миссии в массмедиа-среде и выступает просветителем для значительного количества аудитории.