

Введение. С каждым годом тема городского благоустройства в России набирает все большую популярность. Уютные парки, качественные дороги, безопасные улицы, отреставрированные памятники — этого достоин человек эпохи высоких технологий. СМИ стараются донести эту мысль до аудитории, сформировать цельный образ города в публичном пространстве.

Последнее десятилетие мы наблюдаем в российской информационной среде формирование особого сегмента медиасферы. Речь идет о СМИ, ориентированных на урбанистическую тематику. Такие медиа избрали своим направлением конкретную тематику городского развития и благоустройства, взяли на себя роль своеобразных «агентов» урбанизации.

Нас заинтересовал процесс становления и развития нового самостоятельного направления медиасферы, которое мы обозначили как урбанистическая журналистика. Это понятие еще не закреплено в научном аппарате, что делает нашу работу **актуальной** для изучения. С учетом особенностей данной медиасферы мы вывели следующее определение:

Урбанистическая журналистика — это направление журналистики, информирующее аудиторию о проблемах жизни города и направленное на позитивные городские преобразования. Сторонники этого направления считают, что журналисты способны предоставить людям информацию, которая будет оказывать воздействие на местное самоуправление, а также формировать мнение и активную позицию аудитории в обсуждении вопросов городской среды.

Это направление превалирует в работе журналиста Ильи Варламова, внесшего большой вклад в эволюцию феномена в России. Сейчас он является одним из главных медийных «лиц», ориентированных на урбанистическую тематику в российских массмедиа.

Итак, **объект** нашего исследования — урбанистическая журналистика Ильи Варламова на медиаресурсе «varlamov.ru». **Цель** — описать новое явление в российских медиа, обозначенное как урбанистическая журналистика.

Для достижения этой цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Изучить историю появления и становления урбанистически ориентированных СМИ в отечественном пространстве и за рубежом.
2. Рассмотреть профессиональный путь Ильи Варламова и обозначить его место в современном медиаландшафте.
3. Выявить черты творческой индивидуальности и авторского подхода журналиста-урбаниста Ильи Варламова.
4. Рассмотреть особенности урбанистических материалов на медиаресурсе «varlamov.ru».

Решению этих задач посвящена данная выпускная квалификационная работа, которая состоит из введения, двух глав, заключения и приложения.

Первая глава работы – «История становления журналиста-урбаниста Ильи Варламова» – посвящена истории развития урбанистической деятельности в отечественном пространстве и за рубежом. Мы отыскивали предпосылки урбанистического мышления, а также выяснили, когда в повестку СМИ проникло современное понимание урбанистики. Кроме того, исследован профессиональный путь Ильи Варламова как журналиста-урбаниста, определено его место в современном медиаланшафте.

Вторая глава «Урбанистика на varlamov.ru» посвящена анализу контента на медиаресурсе «varlamov.ru». Главным образом, наше внимание сфокусировалось на материалах урбанистической тематики. Мы обозначили отличительные черты и особенности изложения, обозначив жанры, наиболее подходящие и используемые в подаче урбанистических материалов. Выделили средства, используемые в материалах, за счет которых достигается определенная цель и дается оценка. Выявили черты творческой индивидуальности и авторского подхода журналиста Ильи Варламова.

Приложение представляет собой поданный в обратной хронологии тематически классифицированный перечень журналистских материалов, опубликованных на интернет-ресурсе «varlamov.ru» в периоды января-марта 2021 и 2022 годов.

Глава 1. «История становления журналиста-урбаниста Ильи Варламова». Характерные предпосылки формирования СМИ об урбанистике указаны в статье американской исследовательницы Мириам Гринберг «Branding Cities: A Social History of the Urban Lifestyle Magazine» («Брендинг городов. Социальная история журналов urban lifestyle»). В ней говорится, что журнал «Stadtleben» можно считать предшественником современных урбанистически ориентированных СМИ. Автор статьи называет «Stadtleben» «уникальной социально-исторической картой американских городов, представленных в их разнообразном развитии в рамках постиндустриальной экономики»¹. По мнению исследовательницы, журналы «Atlanta Magazine», «Los Angeles Magazine» и «New York Magazine» также внесли большой вклад в формирование «мечты» об американском городе. Эти издания особенно повлияли на развитие американских мегаполисов после 1950-х годов. Так, например, «New York Magazine» первый сместил фокус материалов непосредственно на городскую среду и её трансформацию. Гринберг замечает, что в 1970-х годах сотрудники «New York Magazine» изменили подход в подготовке статей по сравнению с другими изданиями. Суть метода заключалась в том, что «белые» журналисты стали ездить в районы, где проживало «цветное» население — Куинс, Бруклин, Бронкс, отдельные территории Манхэттена — и собирали информацию о том, как развивалась жизнь в этих районах. Благодаря такой работе на страницы издания попадали темы, в прессе ранее не затрагиваемые: «истории о бедности и расизме, с которыми сталкиваются жители Нью-Йорка», или секреты по «выживанию» в мегаполисе². Желание сотрудников журнала говорить об окружающей население проблемах совпадает с главной особенностью урбанистических СМИ. Это отличает их от, например, журналов по архитектуре. СМИ об

¹ Greenberg M. Branding Cities: A Social History of the Urban Lifestyle Magazine // Urban affairs review 36b (2). 2000. — 228 p.

² Там же.

урбанистике в первую очередь «привлекают внимание к *социальным проблемам горожан*»³.

Зарубежные сетевые издания об урбанистике начали появляться преимущественно в 2010-х годах. Среди них такие медиа, как британский «CityMetric», немецкий «Topos» и американский «CityLab». Здесь же можно отметить медиапроект британских журналистов «The Guardian» — «Guardian Cities», в котором заявлялось о проблемах городов и их жителей по всему миру. При этом журналисты не просто докладывали о неблагополучных территориях, но и предлагали идеи по их усовершенствованию. Таким образом наблюдается высокая степень заинтересованности отдельных журналистов, выбирающих для своего творчества преобладающей тему урбанистики.

Как в случае с зарубежным опытом, феномен «урбанистики» породил интерес отечественных массмедиа. В тех же 2010-х годах в России появились медиа, ориентированные исключительно на исследование городского развития. Речь идет о разновидности городских онлайн-СМИ, которые появились из-за популярности московского издания «The Village»* (со 2 марта 2022 года заблокирован на территории России Роскомнадзором). Новизна этих медиа заключается как в особом «урбанистическом подходе»⁴ к теме города, так и в ином способе взаимодействия с аудиторией. Стремительно распространились массмедиа, направленные на исследование города. Например, «Urban Patrol» в Саратове, «Urbanist» в Астрахани; интернет-журналы «Бумага»* (с 12 марта 2022 года заблокирован на территории России Роскомнадзором) в Санкт-Петербурге, «It's My Sity» в Екатеринбурге, «Селедка» в Нижнем Новгороде, «Downtown» в Воронеже, «Город Прима» в Красноярске, «Инде» в Казани. Кроме того, помимо проекта «The Village»* (со 2 марта 2022 года заблокирован на территории России Роскомнадзором), особое место в медиасфере занимает

³ Там же.

⁴ Нигматуллина К. Городская интернет-газета на смену городской ежедневной газете // Журналістыка ў суладзі з жыццём. Мінск : БДУ. 2016. - 220-225с.

просветительский журнал Института медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка» — «Strelka mag».

Тему урбанистики поднимает журналист Илья Варламов на своем медиаресурсе «varlamov.ru». Мы выделили следующие этапы его становления, как журналиста-урбаниста:

1. Студент-предприниматель. До 2008 года будущий известный журналист получал образование в МАРХИ и опыт работы в предпринимательской деятельности: он основал архитектурное бюро «iCube», сотрудники которого занимались архитектурным проектированием и визуализацией дизайна.

2. Общественно-политический блогер-журналист. С 2008 года начал выкладывать в «Живой Журнал» репортажи с митингов и публиковать заметки. В 2010 году работал среди журналистов в «пуле» премьер-министра Владимира Путина, освещал его работу. Годом позже основал интернет-издание гражданской журналистики «Ридус».

3. Урбанистический блогер. В 2012 году познакомился с политиком Максимом Кацем, который увлек его идеей комфортных городов. До 2015 года блогер публиковал посты с урбанистической тематикой в «Живом Журнале». Имя Ильи Варламова начало набирать популярность.

4. Урбанистический журналист. В 2015 году создал авторское СМИ «varlamov.ru». С этого времени набирал команду в редакцию и стал поднимать на медиаплощадке урбанистические и общественно-политические вопросы.

До 2021 года медиаресурс Ильи Варламова на базе «Живого Журнала» занимал 1 место в общем кириллическом рейтинге и обладал самым высоким «социальным капиталом» — показателем влияния среди зарегистрированных пользователей «Журнала». С июля 2021 года «varlamov.ru» был перенесен на базу платформы «Teletype» с сохранением ранее опубликованных материалов. По данным на 22.05.2022, на «varlamov.ru» подписано 6,6 тысячи пользователей. Ресурс присутствует в

списке избранных авторов «Teletype», что подчеркивает его востребованность.

На YouTube-канал Ильи Варламова, согласно сведениям за то же время, подписаны 3,54 миллиона пользователей видеохостинга (за год прирост составил почти миллион человек). С момента основания канала — декабря 2008 года — он выложил более 1,4 тысячи роликов, которые посмотрели свыше 981 миллиона раз.

В 2017 году Илья Варламов впервые появился в топ-30 самых цитируемых российских журналистов года по версии мониторинговой компании «Медиалогия». В 2018 году Илья Варламов заметно поднялся в списке до четвертой позиции, а в 2019 году опустился на 8 место. В итоговую «тридцатку» 2020 года автор «varlamov.ru» не попал. Однако вновь ворвался в итоговый рейтинг 2021 года, заняв сразу 8 позицию.

Общественная деятельность, а также опыт работы в медиасфере и бизнесе оттачивали навыки Ильи Варламова в поиске, обработке и преподнесении информации. Новые знакомства, путешествия и образование архитектора направили его на изучении урбанистической тематики, которая многие годы остается главенствующей в творчестве автора. Так его имя стало ассоциироваться с активизмом и урбанистическим просвещением читателей. Материалы «varlamov.ru» поднимают общественный резонанс вокруг проблем городов и влияют на их преобразования.

Глава 2. Урбанистика на «varlamov.ru». Изначально именно тема урбанистики и приковала внимание русскоязычной аудитории к работе Ильи Варламова, сделав его популярным. Наряду со своеобразным контентом людей привлекает и образ автора. Чего стоит только запоминающийся внешний вид Ильи Варламова — веснушки, щетина и, конечно же, пышная кудрявая шевелюра. В народе журналиста даже шутливо называют «одуван», так как его прическа внешне напоминает известный цветок в период созревания семян. Культовые кудряшки стали визитной карточкой

медиаобраза Ильи Варламова. Их силуэт лег в основу логотипа, который используется на медиалощадках журналиста.

Однако не только внешний вид выделяет Илью Варламова, но и провокационное, экспрессивное поведение, из-за которого у аудитории сложилось к нему противоречивое отношение. Такое поведение проявляется как в текстах, так и в видеороликах автора. В своих работах журналист использует: разговорные слова, ругательства, мат, иронию и сарказм. Помимо этого журналиста выделяет своеобразный лексикон, которым он пользуется в текстах публикаций или в видеороликах. Это запоминающиеся слова и фразы, которые создают ассоциацию с автором. Илья Варламов давно закрепил за собой такие выражения, как: «муравейники», «говнохранители», «есть над чем работать».

Кого-то подкупает доступность изложения и впечатлительность, свойственная образу автора. Лозунг сайта «Make Russia warm again» («Снова сделаем Россию теплой») — свидетельствует, что журналист заинтересован в развитии страны и улучшении жизни ее граждан. Безусловно, это также притягивает читателей с активной гражданской позицией. Многие начинают замечать недостатки домов, дворов и улиц, понимать, что «привычное» не всегда равно «хорошее». И главное – как можно улучшить городскую среду, кто этим должен заниматься и зачем. Множество людей поддерживает журналиста за смелость открыто критиковать власти. Эта поддержка выражается, как морально (в положительных комментариях под постами и видеороликами), так и материально. Илья Варламов не раз объявлял, что благодарные пользователи могут оформить спонсорство на канал или помочь ему донатами.

Илья Варламов действительно не стесняется давать оценку какому-либо явлению, часто резок и порой переходит на оскорбления. За это некоторые его любят и смотрят, а другие обвиняют в снобизме и предвзятости. Горожане пытаются отстоять малую родину: оставляют гневные комментарии, выпускают видеоответы, пишут обращения в

правоохранительные органы. В основном, противники считают, что Илья Варламов работает на удовлетворение интересов западных стран, в города России приезжает «невовремя» (в неправильный год, сезон), а также распространяет фейки о плохом состоянии инфраструктуры населенных пунктов⁵.

Илья Варламов публикует авторские путевые заметки, статьи и репортажи о собственных путешествиях в различные страны мира. В своих публикациях автор все чаще высказывается не только о благоустройстве, но и об общественно-политической, экономической обстановке. Однако несмотря на резонансные процессы, будь то пандемия коронавируса или спецоперация на Украине, автор остается верен урбанистической тематике. Особенно это заметно в авторской колонке на «varlamov.ru». Мы рассмотрели тематическую принадлежность статей Ильи Варламова на данном ресурсе в январе-марте 2022 года. За это время журналист опубликовал более 50 материалов, около 30% из них были посвящены урбанистике. В январе-марте 2021 года на ресурсе вышло свыше 160 статей, на тему урбанистики — более 65% из них.

Одним из популярных форматов подачи материалов на «varlamov.ru» считается рубрика **«Плохой/хороший»**. Посетив какой-либо город, журналист в одной статье рассказывает о достоинствах благоустройства, а в другой — собирает отрицательные моменты. В рамках проекта **«Граница»** Илья Варламов сравнивает приграничные города России с городами, находящимися на близком расстоянии в других странах. «Как вы знаете, лучше всего проблемы проявляются на границе! Мы привыкли думать, что во всём виноват климат, а может быть, даже мифический менталитет. Но это всё отговорки. Ничто не мешает строить удобный город в средней полосе России, ничто не мешает укладывать плитку в Омске как в Германии, а в Чите поддерживать чистоту как в Финляндии. Кстати, не всё однозначно

⁵ varlamov.ru. Операция “Антиварламов”// 07.07.2015. URL: <https://varlamov.ru/1397185.html> [Дата обращения: 14.03.2022]

плохо в России! Европейцам тоже есть чему поучиться. Например... у нас люди хорошие! Ну и цены ниже»⁶, — замечает журналист.

На «varlamov.ru» часто публикуются различные **рейтинги**. Одним из резонансных стал «Рейтинг российских городов», куда вошли крупные населенные пункты, в которых побывал Илья Варламов. Список разделен на две категории: где он против и не против пожить. В последнюю версию 2019 года вошло 70 городов: на первом месте оказался Екатеринбург, на последнем — Адлер. Еще одной темой, на которой постоянно останавливается Илья Варламов, является **пассажирская перевозка**. Автор не раз заявлял, что местные власти должны развивать транспортную инфраструктуру. Лучше всего, по мнению урбаниста, это делать с помощью троллейбусов и трамваев.

На данный момент Илья Варламов публикует материалы на сервисе «Teletype», где, как и в «Живом Журнале», есть возможность создавать мультимедийный контент. Журналист пользуется целой палитрой невербальных знаков. У каждой его публикации есть заглавная иллюстрация, отображающая основную тему. Кроме того, почти любой материал на «varlamov.ru» комбинируется изображениями: это могут быть авторские фотографии, кадры из СМИ, инфографика, цифровая живопись, скриншоты. Посты наполнены гиперссылками, отсылающими читателей к другому материалу. С появлением YouTube-канала в 2008 году темы публикаций на «varlamov.ru» начали совпадать с темами видеороликов. Поэтому в материалах на сайте часто прикреплен видеосюжет с поездок, событий или обзоров каких-либо общественных пространств.

Заключение. В данном исследовательском труде выявлено и описано новое направление российской медиасферы, обозначенное как «урбанистическая журналистика». Представители данного направления работают с тематикой благоустройства: информируют аудиторию о

⁶ varlamov.ru. Сможете отличить Россию от Норвегии? Самая северная граница! // 29.07.2019. URL: <https://varlamov.ru/3536320.html> [дата обращения: 07.04.2022]

насуточных проблемах города и ищут пути их решения. Материалы об урбанистике обычно призваны:

- привлечь внимание чиновников, способных решить проблемы населенного пункта и/или не допускать ошибок других;
- сформировать правильный запрос на благоустройство и активную гражданскую позицию у простых горожан.

Изучение постов на урбанистическую тематику на «varlamov.ru» позволило сделать выводы об авторском подходе и особенностях подачи материалов. Смелость, граничащая с вольностью, и экспрессивность — вот, что входит в «журналистский набор» Ильи Варламова. Изучение творческой индивидуальности журналиста предоставило возможность констатировать, что у него неординарный, довольно скандальный и при этом устойчивый медиаобраз. Илья Варламов щедро критикует и высмеивает плохую работу власти, доступным языком излагает основные принципы такой многозадачной науки, как урбанистика.

