

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(НИУ «БелГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

**ЖУРНАЛИСТСКИЕ ПУБЛИКАЦИИ ОБ АРХИТЕКТУРЕ В  
ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЯХ 2011-2016 ГГ.:  
АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ И КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ  
АСПЕКТЫ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающейся по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика  
заочной формы обучения, группы 86001553  
Кузнецовой Евгении Петровны

Научный руководитель  
канд. филол. наук  
доцент кафедры журналистики  
Нарожняя С. М.

Рецензент  
канд. искусствоведения,  
директор выставочного зала  
«Родина»  
Гончаренко Н. М.

БЕЛГОРОД 2018

Введение.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ОБРАЩЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ К ТЕМЕ АРХИТЕКТУРЫ В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ РОССИИ .....	10
1.1 Культурно-просветительская функция журналистики. Аксиологический аспект медиатекстов периодических печатных изданий.....	10
1.2 Общероссийские и специализированные печатные издания в типологической системе современных СМИ.....	15
1.3 Тема архитектуры на страницах современных печатных изданий .....	28
Выводы к главе I.....	36
ГЛАВА II. АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ И КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ АСПЕКТЫ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ АРХИТЕКТУРЫ В СОВРЕМЕННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ .....	39
Ценностные ориентиры в публикациях об архитектуре в печатных изданиях современной России.....	39
2.2 Публикации об архитектуре в современных отечественных печатных СМИ: культурно-просветительский потенциал .....	52
Выводы к главе II.....	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	65
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	70
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ.....	75

## Введение

Архитектура является носителем материальных и духовных ценностей общества. С одной стороны, это здания, необходимые для жизни, с другой – пространственно-временное искусство, «застывшая музыка» и «каменная летопись эпох» [7, с. 92]. Можно смело сказать, что в архитектуре запечатлена история, поэтому неудивительно, что интерес к ней в развитом обществе довольно велик. Она – главный и почти единственный доступный материальный свидетель истории народа, страны, культуры своего времени.

Однако в первую очередь архитектура должна удовлетворять практические потребности человека, обеспечивать его комфортное существование. Будучи частью материальной культуры, архитектура в то же время является одним из видов пластических искусств, в формах которого выражается общественное сознание, поэтому ее относят к бифункциональным (двойственным) видам искусства, в композиции которых соединены утилитарная и художественная функции. Их сочетание и взаимодействие определяются жанром архитектурного творчества (сакральная, или храмовая, архитектура; дворцовые, жилые здания, технические сооружения). Иными словами, в произведениях архитектуры решение утилитарных задач неразрывно связано с художественным творчеством – созданием архитектурных образов, выражающих определенное идейно-художественное содержание. Поэтому архитектура, являясь образным воплощением социальных, философских, религиозных и художественных представлений людей, играет важную роль [12, с. 112].

**Актуальность исследования.** Архитектура является неотъемлемой частью жизни человека и его деятельности. Все, что окружает людей – жилые дома, образовательные учреждения, больницы, магазины, парки и скверы, даже расположение улиц, – это архитектура. Кроме своего практического значения, она имеет непосредственное отношение и к культуре.

Сектор специализированной прессы об архитектуре на рынке печатных СМИ России сейчас активно развивается, поэтому вызывают внимание особенности формирования данного сегмента рынка, наполнение изданий и их профильная специфика. Детальный анализ отдельных изданий позволит получить четкую картину становления и развития этого сегмента. Поскольку специализированные печатные СМИ об архитектуре рассчитаны на подготовленную аудиторию (специалистов, людей, обладающих знаниями в области строительства и архитектуры, и тех, кто не имеет отношения к сфере строительства, но желает получить такую информацию по различным причинам), следует обратиться к аксиологическому и культурно-просветительскому аспектам публикаций в таких изданиях.

Всероссийские универсальные печатные издания охватывают все сферы общественной жизни и пользуются популярностью у аудитории. Они имеют возможность публиковать на своих страницах социально значимую информацию, регулярно и дозированно преподносить ее читателям. Их значимость состоит в сохранении единого социокультурного пространства государства, в организации широкого информационного обмена между регионами страны, имеющей огромную территорию. Важнейшим качеством таких изданий является их массовое распространение, которое способствует трансформации ценностных ориентаций общества. СМИ являются социокультурным институтом и, как считал Ж. Деррида, «архивом культуры» [43, с. 24]. Именно поэтому анализ аксиологического и культурно-просветительского аспектов журналистских публикаций об архитектуре и в данном типе изданий является **актуальным направлением исследования**.

**Теоретическая база** по данной теме была сформирована трудами российских ученых, которые занимались: 1) исследованием сектора универсальных общероссийских газет в России. К ним относятся работы Т. В. Науменко «Функции журналистики и функции СМИ» (2000 г.), С. Г. Корконосенко «Проблема ценностного потенциала современной отечественной прессы» (2012 г.), А. А. Грабельникова «Русская журналистика

на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы» (2001 г.), Л. Л. Реснянской «Современный этап развития газетно-журнальной периодики» (2005 г.); 2) исследованием сектора специализированных печатных СМИ – А. В. Лим «Специализированные издания как фактор развития бизнес-коммуникации» (2006 г.), М. И. Шостак «Журналы России» (2003 г.). Кроме того, были использованы труды исследователей категории ценности: Н. Г. Санакуев «Аксиологический аспект информации в рамках современных коммуникативных теорий» (2012 г.), Е. Г. Кузнецова «Личностные ценности: понятие, подходы к классификации» (2010 г.).

**Объект исследования** – контент специализированных и универсальных печатных СМИ современной России.

**Предмет исследования** – аксиологический и культурно-просветительский аспекты журналистских публикаций об архитектуре универсальных и специализированных российских печатных СМИ 2011-2016 гг.

**Цель исследования** – на примере публикаций об архитектуре определить, какие ценностные ориентиры транслируются в материалах избранных для анализа изданий, выявить культурно-просветительский потенциал таких публикаций.

Для выполнения заявленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

1. изучить исследовательскую литературу по теме;
2. выявить и описать аксиологические и культурно-просветительские аспекты текстов масс-медиа;
3. обозначить место общероссийских и специализированных печатных изданий в типологической системе СМИ;
4. выявить особенности репрезентации темы архитектуры в универсальных и специализированных печатных СМИ с точки зрения реализации в текстах журналистов ценностного и культурно-просветительского аспектов.

**Эмпирическая база** исследования состоит из журналистских публикаций в газетах «Российская газета», «Российская газета – Неделя», «Аргументы и факты», журналах «Красивые дома» и «Проект Россия» за период с 2011 по 2016 гг.

Число исследованных номеров: «Российская газета» – 1670 (подшивки 2011-2016 гг.); «Российская газета – Неделя» – 307 (подшивки 2011-2016 гг.); «Аргументы и Факты» – 305 (подшивки 2011-2016 гг.). «Красивые дома» – 57 (подшивка журнала 2011- 2016 гг.) и «Проект Россия» – 24 (подшивка журнала 2011-2016 гг.).

Для текстовых иллюстраций при сплошной выборке были выделены 31 типичная и показательная публикация.

Методы, использованные в ходе исследования.

Общенаучные:

1) метод научного наблюдения предполагает получение информации путем отслеживания предмета изучения в определенный промежуток времени. Наблюдение происходит за всероссийскими в период с 2011 по 2016 гг.;

2) метод индукции предполагает исследование отдельных фактов и формирование общих теоретических концепций на основе полученных результатов. Анализ отдельных публикаций позволяет воссоздать общую картину происходящего;

3) метод анализа предполагает расчленение единого предмета на составные части (стороны, признаки, свойства или отношения) для всестороннего их изучения.

Эмпирические:

1) метод классификации предполагает деление явлений и понятий, характеризующих их, на определенные классы, позволяющее увидеть специфику явлений, их разнообразие, свойства, связи и зависимости, общее и специфическое и посредством этого вникнуть в их сущность. Метод

применен при анализе существующей системы специализированных изданий об архитектуре;

2) метод обобщения, который представляет собой прием мышления, в результате которого устанавливаются общие свойства и признаки объектов, применен при формировании выводов на основе полученной информации;

3) метод описания предполагает фиксацию средствами естественного языка сведений об исследуемых объектах;

4) метод контент-анализа сводится к качественно-количественному анализу содержания текстов, выявлению и оценке характеристик информации.

5) метод сравнительно-сопоставительного анализа позволяет выявить сходства и различия исследуемых предметов и явлений, использован для выявления особенностей и характеристик изданий.

Гипотезой исследования является:

1) предположение о том, что общественно-политические издания «Российская газета» и «Аргументы и факты» большее внимание уделяют социально-экономическим и социально-бытовым проблемам общества, связанным с архитектурой, чем значению архитектуры с точки зрения духовных ценностей.

2) предположение о том, что специализированные журналы «Красивые дома» и «Проект Россия», предназначенные для широкой аудитории, формируют различные ценности и являются для читателей источниками новой и полезной информации.

**Степень научной разработанности.** В последнее десятилетие количество работ, посвященных исследованию аксиологических аспектов массмедиа, существенно увеличилось. Однако исследований аксиологических и культурно-просветительских аспектов публикаций об архитектуре в текстах отечественных печатных изданий и по сей день не существует. Этим обуславливается **научная новизна** магистерской

диссертации: в ходе исследования проведен анализ публикаций об архитектуре, выявлены особенности ценностных ориентаций общества в зависимости от типа изданий, рассмотрен культурно-просветительский аспект публикаций об архитектуре.

### **Практическая значимость:**

1) Результаты исследования позволяют определить достоинства и недостатки работы редакций общероссийских и специализированных изданий в сфере освещения темы архитектуры. Кроме того, полученные данные могут быть применены при оценке деятельности общероссийских печатных СМИ с точки зрения их принадлежности к социальным институтам общества.

2) В научный оборот вводится новый эмпирический материал, который может быть использован для дальнейших исследований в этой области.

**Апробация основных положений работы** состоялась в виде научных докладов и на их основе – публикаций – на Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы» (Воронеж, 2017); на Международной студенческой научной конференции «Молодежный аграрный форум – 2018» (Белгород, 2018); на научно-практической конференции аспирантов и студентов НИУ «БелГУ» «Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей» (Белгород, 2018).

**Структура работы** обусловлена поставленными целями и задачами. Включает Введение, две главы, Заключение, Список использованной литературы, Список источников.

Введение содержит обзор изученности проблемы, изложены актуальность, цели, задачи, методы исследования, новизна исследования, теоретическая и практическая значимость работы.

Первая глава «Теоретические предпосылки обращения журналистов к теме архитектуры в современных печатных СМИ России» посвящена



изучению культурно-просветительской деятельности СМИ и особенностей участия СМИ в формировании ценностных ориентаций общества.

Во второй главе « Аксиологический и культурно-просветительский аспекты освещения темы архитектуры в современных отечественных печатных СМИ» рассмотрены публикации об архитектуре общероссийских изданий «Российская газета» и «Аргументы и факты», специализированных журналов «Красивые дома», выявлены аксиологический и культурно-просветительский аспекты публикаций.

В Заключении кратко сформулированы основные выводы, сделанные в ходе исследования.

## **ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ОБРАЩЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ К ТЕМЕ АРХИТЕКТУРЫ В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ РОССИИ**

### 1.1 Культурно-просветительская функция журналистики. Аксиологический аспект медиатекстов периодических печатных изданий

В теории журналистики анализу функций СМИ посвящено много работ, однако и по сей день единой классификации функций не существует. Прежде всего, следует обратить внимание на следующее: понятия «функции журналистики» и «функции СМИ» нетождественны. «Газета, радио и телевидение (равно как и любые другие, существующие ныне, и те, которые, очевидно, еще будут изобретены) средства массовой информации) являются полифункциональными объектами, носителями продуктов не только журналистской деятельности, но и других видов социальной деятельности, связанной с перенесением, трансляцией духовных ценностей в массовое сознание, например, обучения», – отмечает Т. В. Науменко [29, с. 27]. Однако на современном этапе функции СМИ включают в функции журналистики, Е. П. Прохоров выделяет следующие функции:

1. коммуникативная – по мнению автора, «исходная функция журналистики», которая предполагает обмен информацией участниками коммуникации;

2. непосредственно-организаторская функция связана с формированием массового сознания и общественного мнения, ориентирует аудиторию в происходящих событиях и предполагает контроль СМИ как института общественного контроля над деятельностью власти в различных областях жизни;

3. идеологические функции «определяют подходы к пониманию и оценке окружающего, а следовательно, формируют и отношение к различным явлениям жизни, стремления и поведенческие реакции»;

4. культурно-образовательная функция заключается в том, «чтобы, будучи одним из институтов культуры общества, участвовать в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры, тем самым, способствуя всестороннему развитию человека»;

5. рекламно-справочная функция дополняет культурно-образовательную, удовлетворяя утилитарные запросы аудитории, формирует культуру потребления и быта;

6. рекреативная (гедонистическая) функция предполагает создание развлекательных материалов [19, с. 133]. Представленная классификация функций журналистики и по сей день широко используется, последующие исследования базируются на классификации Е.П. Прохорова.

«Востребованность печатных СМИ современным обществом определяется тем, насколько успешно они выступают как инструмент публичного общения в социуме, формирующий такие информационные отношения, которые помогают личности, группе, другим социальным субъектам активно включаться в познавательный, образовательный, аксиологический, организационно-поведенческий и другие общественные процессы», – пишет М. В. Шкондин [51, с. 11]. Для этого необходимо создать объективную картину существующей действительности, отразить культурный потенциал общества. Без полной и достоверной информации аудитория издания не сможет выработать адекватное отношение к происходящему.

Культурно-просветительская деятельность СМИ является важным дополнением государственной системы образования, поскольку она не только популяризирует знания, но и поддерживает высокий статус ценностей образования и культуры в обществе. Планомерная и целенаправленная работа журналистов, создающих публикации культурно-просветительской тематики, способствует самообразованию аудитории СМИ. Просветительская функция журналистики состоит «в обеспечении массовой аудитории журналистскими

текстами, в которых получают отражение новые и не освоенные аудиторией по той или иной причине продукты специализированных видов творчества – науки, культуры и искусства, содержащие в себе общественно значимые знания, нормы и ценности, и дается анализ их с точки зрения соответствия гуманистическим тенденциям общественного развития» [14, с. 26].

Традиционно средства массовой информации активно участвуют в формировании мировоззрения человека и ценностных ориентаций общества: транслируют культурные достижения и во многом определяют характеристику тех или иных ценностей культуры. В существующих условиях на СМИ лежит огромная ответственность. В публикациях об архитектуре, с одной стороны, необходимо освещать утилитарные проблемы общества, с другой – не забывать об историко-культурной ценности архитектурного пространства территории, поскольку это способствует идейно-нравственному воспитанию индивидов, формированию патриотического чувства, развитию образования и культуры.

В процессе модернизации и формировании солидарного общества значительное место отводится культуре, поскольку она обладает функцией исторической преемственности и передает социальный опыт из поколения в поколение. Такой подход затрагивает образ жизни и сознание граждан, что позволяет положительным изменениям адаптироваться в социальной среде. На современном этапе с развитием рыночных отношений происходит деформация ценностей: они «пропускаются через призму рынка и приобретают характер рыночных ценностей. Не только материальная, но и духовная жизнь общества и личности строятся по законам рыночных отношений и экономического обмена» [35, с. 46]. Роль СМИ как транслятора и популяризатора культуры и культурных ценностей позволяет распространять богатейшие знания о мире, создавая при этом благоприятные возможности для его познания и освоения.

Среди прочих функций журналистики исследователь Е. Поликарпова описывает аксиологическую функцию, позволяющую определить «в качестве

идеала некоторое конечное и абсолютное благо, ради которого осуществляется вся деятельность общества и которому готовы подчинить отдельные его представители свои интересы. Подобный рациональный идеал, а также абсолютизацию рациональности поведения общества и личности постоянно создают СМИ» [35, с. 24]. В таком понимании культурно-просветительская и культурно-образовательная функции журналистики неразрывно связана с аксиологической функцией, поскольку, участвуя в пропаганде и распространении в жизни общества культурных ценностей, необходимо верно обозначить их положительную или отрицательную характеристику.

Аксиология как наука определяет «ценность» – это специфическое социальное определение объекта окружающей действительности, выявляющее его положительное или отрицательное значение для человека и общества. Объектами выступают такие понятия, как «добро» и «зло», «красота» и «безобразия», «благо» и «вред», которые заключены в явлениях общественной жизни и природы. Ценностью во многом становится то, что человек признает особенно важным и значимым [13, [http](#)].

Существуют различные классификации ценностей. Простейшие из них выделяют ценности жизни и культуры. В свою очередь, ценности культуры можно разделить на материальные и духовные. Жизнь рассматривается как основа культуры, которая дана человеку природой. Культура формируется в процессе жизнедеятельности. Примером может послужить классификация Н. А. Бердяева, который определял ценности по объектной направленности человека: материальные (или витальные), социальные и духовные ценности. В. П. Тугаринов классифицировал ценности по сфере проявления, выделяя материальные, духовные и общественно-политические. К материальным ценностям он относил материальные и технические блага, способные стимулировать индивидуально-психическое развитие, к духовным – образование, науку и искусство, к общественно-политическим – свободу, равенство, братство, справедливость [22, с. 22]. Традиционное деление

культурных ценностей на материальные и духовные предполагает, что к материальным ценностям относятся предметы, которые удовлетворяют практические потребности человека (жилье, еда, одежда и др.). Духовные ценности включают эмоциональные и эстетические категории. Многие исследователи отмечают, что часто система ценностей во многом напоминает пирамиду потребностей А. Маслоу, где основой являются физиологические потребности, за ними следуют потребность в безопасности, принадлежности, признании, творческие потребности, этические и духовные. Исходя из этого, материальные ценности являются первостепенными. Однако с развитием общества и культуры ценностное отношение к материальным предметам потребления изменяется. В этом прослеживается относительность ценностей, которая, с одной стороны, ограничена объективной природой оцениваемых предметов, с другой – актуальными (субъективными) потребностями человека. Конкретная ценность занимает относительное место на шкале значений, которое прямо зависит от объективных и субъективных факторов. Иными словами, ценности изменчивы, что во многом зависит от субъекта оценки, или относительно стабильны, поскольку процесс переоценки занимает длительное время [22, с. 24].

Аксиологический аспект текстов массмедиа представляют собой, прежде всего, выражение оценки. Оценка находит свое отражение в языке и является одной из важнейших сторон интеллектуальной деятельности человека [18, с. 321]. Анализ явления привлекает внимание исследователей в различных сферах. Сегодня существует огромное количество классификаций оценки и подходов к ее пониманию: по способу оценки выделяют абсолютную и сравнительную оценку; по аксиологической интерпретации – положительную и отрицательную; по влиянию контекста – ингерентную и адгерентную, эксплицитную и имплицитную; по степени достаточности; по степени завуалированности – прямую и косвенную [22, с. 21].

Оценочность является основополагающей категорией познания действительности, поскольку позволяет, прежде всего, определить

положительные и отрицательные характеристики составляющих окружающего мира. Объектом оценки могут стать любые предметы или явления. «Оценка приобретает характер одного из маркеров личной сферы: оценивается только то, что попадает в сферу интересов человека, то есть в его личную сферу. Это позволяет трактовать оценку как «косвенный контроль» ситуаций и объектов... Однако далеко не всегда значит, что модель ситуации, оцениваемая положительно, обязательно будет реализована, а отрицательно оцениваемый тип ситуаций не будет реализован. Оценочные маркеры нежесткие, более того, оценка может быть и абсолютной, и относительной. Однако не в мире, а в его идеализированной модели ситуации, маркированные положительно, оказываются предпочтительнее» [35, с. 21].

Процесс формирования ценностной сферы в СМИ сложный и неоднозначный, поскольку и автор медиатекста, и его потребитель являются представителями определенных групп, культур и условий, в которых они воспитывались. Сообщение в СМИ всегда нацелено на репрезентацию изначальных смыслов, однако социальная реальность часто способна трансформировать традиционное понимание. Законы современного медиарынка также вносят свои поправки.

## 1.2 Общероссийские и специализированные печатные издания в типологической системе современных СМИ

Существует множество типологических систем, которые позволят классифицировать печатные издания по различным признакам. С. Г. Корконосенко предлагает разделить печатную периодику по региону распространения, учредителям, аудиторным и издательским характеристикам, легитимности и содержательному наполнению [19, с. 121]. А. И. Акопов выделяет более десяти типформирующих признаков, среди которых издающий орган, аудитория, задачи и программа, состав редакции, внутренняя структура, жанры, оформление, периодичность, объем и общий тираж [1, с. 124]. «Тип издания – это образ,

модель однотипных изданий, входящих в отдельно взятое типологическое множество, которое может быть родом, видом, подвидом или другим квалификационным множеством», – пишет М. В. Шкондин [51, с. 121].

Реснянская Л. Л. обращает внимание на содержательную сторону, разделяя печатные СМИ на универсальные и специализированные издания. Универсальные издания, по ее мнению, выполняют базовые функции СМИ, охватывают различные стороны жизни общества и имеют общую модель «для всех обо всем». Специализированные СМИ она разделяет по тематике («для всех не обо всем») и аудиторно-тематическим признакам («не для всех не обо всем»), относя к ним профессионально-отраслевые, женские, мужские, детские издания. Кроме того, Л. Л. Реснянская выделяет третий тип СМИ – смешанный, имеющий признаки универсальных и специализированных изданий («обо всем для единомышленников»). Деление изданий на универсальные и специализированные позволяет четко представить систему печатных СМИ [38, с. 20].

Универсальные издания, как правило, это общественно-политические газеты, которые имеют общие черты, несмотря на ареал распространения. Во-первых, это издания, которые освещают главные и значимые события той территории, на которой она распространяются. Во-вторых, они имеют максимальные тиражи и более востребованы аудиторией, чем специализированные издания. В-третьих, являются главными трансляторами культуры на территории распространения. СМИ в целом и печатная периодика, в частности, как один из важнейших социальных институтов в публикациях должно создавать объективную картину мира, что позволяет влиять на мироощущение (мировоззрение) аудитории, воспитывать и продвигать духовные ценности, повышать уровень культуры [18, с. 324].

В XXI веке в связи с возникновением и активным развитием новых коммуникационных технологий, таких как радио, телевидение и Интернет, печатная пресса претерпела ряд серьезных изменений, однако до сих пор остается одной из ведущих коммуникативных систем и является массовой по



охвату населения. Это обязывает печатные СМИ быть не только источником информации, но и проводником культуры и просветительства. Видовые особенности печати позволяют передавать культурный код из поколения в поколение.

Для эффективного функционирования издания на любом уровне необходимо учитывать «составляющие среды распространения: экономические, социальную структуру, научно-культурный потенциал; состояние политического поля; все агенты (субъекты) массовой коммуникации, включая собственников СМИ, основные характеристики информационного рынка» [9, с. 224]. Сегодня рынок СМИ Российской Федерации насыщен изданиями разных целевых направлений: литературно-художественные, развлекательные, научно-популярные, рекламные и др. Однако в типологической системе современной российской печати важнейшую роль по-прежнему играют универсальные общероссийские газетные издания.

Как и другие масс-медиа, общероссийские (или всероссийские) газеты можно квалифицировать по типологическим признакам, которые используют в типологическом анализе. Однако основными типоформирующими признаками для них станут ареал распространения и социальный адрес. Понятие «общероссийская газета» предполагает, что издание будет способствовать установлению широких социальных контактов на всей территории страны. Большую часть общероссийских газет составляют общественно-политические или универсально-тематические издания «для всех обо всем». «Их универсальность проявляется в полифункциональности – реализации всех базовых функций СМИ и информационном охвате всех сфер общественной жизни. Для отечественной журналистики издания с ярко выраженными чертами «газеты для всех» традиционны. Именно универсальность во многом обеспечивает их устойчивость на информационном рынке, особенно в условиях, когда низкий платежеспособный спрос населения диктует ограничения в выборе газетной

и журнальной продукции. Не случайно, что получившая широкое распространение «бесплатная пресса» активно использует преимущества универсального издания», – характеризует этот тип изданий Я. Н. Засурский [14, с. 39].

Однако среди общероссийских газет отчетливо заметно деление на качественную и массовую прессу. Еще В. Гиляровский в своих воспоминаниях писал о газете «Русские ведомости»: «“Наша профессорская газета”, – называла ее либеральная интеллигенция... Газета имела своего определенного читателя. Коренная Москва, любившая легкое чтение и уголовную хронику, не читала ее» [35, с. 15]. Это говорит о том, что деление прессы на «солидную» и «бульварную» – явление не новое. Массовые издания на рынке СМИ являются едва ли не самым прибыльным и стремительно развивающимся сегментом печати. Имея большие тиражи и ориентацию на широкую аудиторию, разные слои населения, такие издания привлекают рекламодателей.

Среди массовых газет также есть деление на информационную прессу в широком понимании и прессу «желтую», или бульварную, которая тяготеет к сенсационности и скандалам. Массовая информационная пресса ориентирована на усредненные интеллектуальные запросы аудитории, разнообразные интересы и вкусы, поэтому адаптирует сложные политические, социальные и экономические проблемы для понимания широкими массами без учета индивидуальных особенностей индивидов (к таким особенностям относят образование, социальный статус и уровень жизни). Кроме того, характерно повышенное внимание к массовой культуре и частичное обращение к бульварным темам. Такие издания в предметно-содержательном плане стремятся быть доступными каждому [14, с. 105].

Качественная пресса, в отличие от массовой, делает акцент на информирование и дальнейшую аналитику. Целью данного типа СМИ является объединение аудитории и формирование общественного мнения относительно общественно-значимых проблем. Качественные газеты

раскрывают наиболее острые социальные темы, предлагают экспертные оценки, демонстрирует и анализирует различные точки зрения. Качественные СМИ, предоставляя объективную информацию в полном объеме, подводят читателя к самостоятельному принятию решения [14, с. 107].

Примером качественного СМИ может послужить «Российская газета» – общественно-политическое издание, официальный публикатор нормативных правовых актов и печатный орган Правительства Российской Федерации, основана Верховным советом РСФСР в 1990 году. Сегодня «Российская газета» имеет 44 региональных филиала в крупных городах России и СНГ и зарубежные корпункты в 15 странах мира. Существует ежедневное общенациональное издание «Российская газета», которое выходит на 16-24 полосах по будням 5 раз в неделю. Формат А2, тираж 160 000 экземпляров. Ежедневное издание содержит информацию о деятельности правительства, о принятых законах и законодательных актах, интервью с влиятельными представителями российской власти, бизнеса и культуры, оперативные репортажи от корреспондентов «РГ» из разных точек мира, прогнозы и аналитические обзоры. Ежедневная газета имеет тематические приложения, в том числе региональные, которые посвящены экономике, экологии, отдельным отраслям промышленности, культурным особенностям различных стран и регионов России. Регулярно выходят рекламные потребительские приложения – «Подарки», «Часы», «Стиль жизни», «Рождество» и др. [39, [http](http://)].

Общенациональный общественно-политический еженедельник «Российская газета – Неделя» сегодня имеет наибольший географический охват аудитории и самый большой тираж среди аналогичных изданий. Еженедельник содержит комментарии и разъяснения к законам и законопроектам, сообщения о значимых событиях в стране и за рубежом в области политики, науки, медицины, образования, спорта и культуры. Формат издания – А3, выходит на 24 полосах по четвергам общим тиражом 3 330 000 экземпляров. «РГ – Неделя» содержит более 20-ти постоянных и

переходящих рубрик. Среди постоянных рубрик: «Тема недели», «События недели», «В мире», «Финансы», «Культура, спорт», «Погода, кроссворды». Переходящие рубрики: «Кошелек», «Здоровье», «Медицина», «Образование», «Кино», «Сад и огород», «Торговля», «Авторская рубрика». Учредители: Правительство Российской Федерации и ФГБУ «Редакция “Российской газеты”». Аудитория «Российская газета», как заявляют исследователи, это люди с активной жизненной позицией в возрасте от 25-55 лет, представляющие «средний класс»: рабочие, служащие, «активная часть населения, интересующаяся деятельностью и позицией государства, достоверной информацией из надежного источника» [39, [http](#)].

«Аргументы и факты» – массовая общественно-политическая еженедельная газета, учрежденная Всесоюзным обществом «Знание» в 1978 году. Изначально газета представляла собой методическое пособие в помощь политинформаторам и пропагандистам и содержала на своих страницах информацию, которую не публиковали в официальных массовых изданиях. Долгое время «АиФ» выполняла функцию полузакрытой газеты для узкого круга, занимавшегося агитационно-пропагандистской работой. В 1980 году газета стала массовой еженедельной, с началом перестройки начала работать согласно принципам гласности. В 1990 году «АиФ» достигла пика популярности, газета имела самый крупный тираж в мире – 33,5 миллиона экземпляров. Сегодня газета в зависимости от региона выходит на 32-64 полосах, имеет широкую корреспондентскую сеть и представительства за рубежом, тираж издания достигает 33 534 500 экземпляров. Учредитель ЗАО «Аргументы и факты», ранее входила в медиахолдинг «Media3» [2, [http](#)], в 2014 году газету выкупила мэрия Москвы.

Среди массовых изданий «Аргументы и факты» занимает ведущее положение. На страницах газеты освещены различные события как в России, так и за рубежом; представлены аналитика и комментарии к проблемам и ситуациям; обзоры вопросов бизнеса и экономики, событий культурной и спортивной жизни.

Заметная особенность газеты «Аргументы и факты», по мнению самой редакции, состоит в том, что она «сохраняет миллионные тиражи, не превращаясь при этом в бульварное издание; интересна всем – и бизнесменам, и политикам, и служащим, и творческой интеллигенции. По данным TNS Россия, читательская аудитория одного номера составляет 6 548 000 человек. А по полугодовой аудитории еженедельник является лидером среди всех печатных СМИ России с показателем в 26 460 000 человек – это почти половина всего взрослого населения России» [2, [http](#)].

Средства массовой информации быстро реагируют даже на незначительные изменения в жизни общества: меняется их структура, содержание и, наконец, язык текстов массовой коммуникации. В то же время издания нередко сами зарождают перемены в образе жизни, предлагая читателю новые идеи, участвуя в формировании общественного мнения, вкусов и предпочтений аудитории. Особенно заметно это на примере так называемой специализированной прессы.

Специализированная пресса представляет собой совокупность изданий, каждое из которых акцентирует свое внимание на определенной теме или ориентировано на определенную гендерную или возрастную аудиторию, благодаря чему занимает определенную нишу или сегмент в информационном пространстве. Н. Э. Шишкин так определяет специализированные издания – «это печатные издания, телеканалы и радиостанции, с тематической или аудиторной профилизацией» [50, с. 141]. Иными словами, они призваны удовлетворять информационные потребности узкой аудитории, которая желает получать конкретную информацию в интересующей ее сфере. Исследователи иногда называют специализированные издания «второэтажными», поскольку универсальные СМИ позволяют читателю ориентироваться в обществе, специализированные – ориентированы на индивидуальные особенности каждого.

Функции специализированных изданий базируются на общих для всех функциях СМИ. М. В. Шкондин определяет их так:

1. Информационно-познавательные функции держат аудиторию в курсе интересующих ее событий;
2. Познавательные-аналитические позволяют читателям самостоятельно анализировать информацию и вырабатывать определенные мировоззренческие ориентиры.
3. Организационные функции способствуют выработке у аудитории определенных предпочтений и координации.
4. Рекреативные функции присущи не всем специализированным изданиям, но большинству из них. Они направлены на развлечение читателей [5, с. 76].

Возникновение и упрочнение системы специализированной прессы в любой области деятельности человека происходит в том случае, когда для этого имеются определенные социальные факторы, одним из которых является достаточный уровень развития данной области. Кроме того, необходимо наличие политических и социально-экономических предпосылок. Благоприятные экономические условия в различных отраслях способствуют возникновению новых потоков информации, вследствие чего появляется потребность в их упорядочении и распределении в соответствии с потребностями аудитории. Важную роль в этом процессе играет обеспечение аудитории беспрепятственным доступом к информации [38, с. 18].

Отметим: специализированные издания появились в России в начале XIX века, что стало важным фактором развития российской системы печати. Начало правления Александра I ознаменовалось появлением отраслевых и специализированных – тематических журналов: музыкальных, театральных, женских, библиографических и других. Аудиторию начали сегментировать по ее интересам. Одним из первых специализированных изданий был «Технологический журнал» – первый научный журнал о технологиях и прикладных науках. Немногим позже был организован выпуск «Земледельческого журнала», «Журнала мануфактур и торговли», «Военно-медицинского журнала» и «Горного журнала». Последний существует и по

сей день. Развитие специализированной периодики продолжалось в годы правления Николая I и Александра II. Увеличилось количество издаваемых журналов, ориентированных не только специалистов, но и на более широкую аудиторию: «Химический журнал», «Мануфактурные и горнозаводские известия» и другие, в которых помимо статей по основной тематике публиковали множество дополнительной информации. Узкоспециализированную информацию, доступную лишь профессионалам, выпускали в отраслевых журналах. Конец XIX века – время активного промышленного развития России, что повлекло за собой планомерный рост числа периодических изданий [30, с. 95].

В начале XX века в России существовала развитая система периодики, ориентированная на различные социальные группы. Однако после Октябрьской революции она подверглась серьезным изменениям, многие издания стали органами партийных комитетов или вовсе были закрыты. Лишь в 30-е годы XX века выпуск специализированных изданий был восстановлен. С началом Великой Отечественной войны их производство вновь было приостановлено, и на прежний уровень издание специализированных журналов вернулось спустя 20 лет. В 90-е годы XX века происходит коммерциализация прессы, на российский рынок хлынул поток западных изданий, что повлекло за собой всплеск качественно новой периодики [30, с. 141].

Таким образом, процесс возникновения и формирования специализированных изданий занял длительное время. Сегодня изучение специализированных изданий является актуальным направлением в исследовании медиасистемы России, поскольку они являются полноценными участниками рынка, и определение их роли и места в системе российской печати неоднозначно. Работ, посвященных анализу этих изданий по принципу тематической направленности, и по сей день немного. Четкой классификации специализированной прессы не существует, поскольку она многолика и охватывает множество отраслей жизнедеятельности.

Интерес к изучению специализированных изданий об архитектуре за последнее десятилетие стал более заметным, однако обращение к ним сводится в большей степени к исследованию деловых журналов. Сегмент изданий об архитектуре с каждым годом все больше расширяется и видоизменяется. «Весьма показательное функционирование в последние годы печати, связанной с архитектурно-строительной сферой. Она вобрала в себя все плюсы и минусы периода реформ постсоветской России. На ее примере можно увидеть характерные черты развития отраслевой печати в целом», – отмечает А. А. Грабельников [9, с. 182]. А. Н. Алексеев выделил отдельную категорию изданий с характерной специализацией аудитории и предмета отражения, которые он назвал «монотематическими вариантом информационно-рекламной прессы» [24, с. 113].

Нынешнее состояние рынка специализированной печатной периодики исследователи оценивают, как удовлетворительное, отмечая, что рынок сейчас находится на стадии формирования, испытывая при этом огромные трудности. Это во многом связано со сложностями становления рыночных отношений (к ним можно отнести постоянные колебания объемов рекламы, вызванные экономическими факторами, влияющими на деятельность издателей на рынке; обилие проблемных ситуаций, требующих регулярного освещения в прессе, организации публичной полемики и дискуссии на страницах изданий, и многое другое).

Можно говорить о том, что со временем ситуация станет более стабильной, и структура специализированных изданий в России существенно изменится. Исследователи прогнозируют, что подобные издания вплотную приблизятся к западной модели, предполагающей господство рекламной периодики. «Предпосылки этого можно наблюдать уже сейчас, когда под напором растущего потока информации рекламного характера многие специализированные издания, исчерпав запас тем для актуальных информационных публикаций, увеличивают количество рекламных полос от выпуска к выпуску» [33, с. 98].



Сегодня издания об архитектуре для широкой аудитории представлены преимущественно рекламно-информационными журналами, которые посвящены архитектуре и дизайну. Среди них «AD. Architectural Digest» – один из ведущих журналов об архитектуре, интерьере и дизайне. Журнал возник в Америке в 1920 году. Основателем был John Coke Brasfield и его калифорнийская издательская корпорация. Изначально это был каталог товаров, где были представлены интерьеры и экстерьеры резиденций, планировка этажей и советы по организации жилого пространства, который издавали ежеквартально. В 1963 году журнал стал выходить с периодичностью два раза в месяц и позиционировал себя как «профессиональный гид в сфере идей для дома». Нынешнее название журнал получил в 1977 году и с тех пор издается ежемесячно. Со временем его начали издавать в Италии, Германии, Франции, Мексике, Испании, Китае и Индии. На российском рынке «AD. Architectural Digest» впервые появился в 2002 году и сегодня является самым продаваемым печатным изданием подобной тематики в стране. Общий тираж журнала достигает 3 миллиона экземпляров, тираж издания в России составляет 70 000 экземпляров. «AD. Architectural Digest» также курирует «AD100», список ста лучших архитекторов и дизайнеров интерьера во всем мире [56, [http](#)].

«AD. Architectural Digest» в России – свободная франшиза. Многие российские архитекторы и дизайнеры публикуют на страницах журнала свои работы, часть материалов перепечатана из оригинального «AD. Architectural Digest». Издание становится своего рода площадкой для сравнения работ архитекторов и дизайнеров из разных стран. Объем составляет 160 – 250 полос. По характеру аудитории «AD. Architectural Digest» является специализированным изданием для профессионалов и непрофессионалов с некоторой подготовкой, выходит в цвете на глянцевой бумаге форматом А4. Стиль изложения публикаций художественно-публицистический, общедоступный. В журнале акцент поставлен на графическом сопровождении публикаций: меньше текста – больше фотографий [56, [http](#)].

Экономические трудности способствуют появлению изданий, которые следовало бы отнести к профессиональным, однако с каждым годом они все больше приобретают черты журналов «для всех не обо всем». Примером такого издания является журнал «Красивые дома», первый номер которого вышел в мае 1997 года. «Красивые дома» позиционирует себя как «ведущее российское издание по архитектуре, строительству и дизайну, ориентированное на широкий круг читателей: профессиональных архитекторов, дизайнеров, застройщиков, поставщиков материалов и оборудования, а также домовладельцев, стремящихся придать своему дому неповторимый облик» [21, [http](#)]. Журнал содержит иллюстрированные публикации преимущественно об архитектуре частных жилых домов, которые освещают различные этапы строительства: планировка, создание, отделочные работы, инженерное оснащение, обустройство и дизайн интерьера. «Красивые дома» освещает актуальные события, происходящие в архитектурно-строительной сфере, знакомит читателей с передовыми технологиями и материалами, современными тенденциями и «модными веяниями» в строительстве и отделке помещений. Учредителем и издателем журнала является ЗАО Издательский дом «Красивые дома пресс», который выпускает еще несколько изданий архитектурно-строительной тематики: «Проекты красивых домов», «Деревянные дома», «Проекты деревянных домов», «Красивые квартиры», «Дом и сад», «Бассейны и сауны», «Камины и отопление» [21, [http](#)].

С одной стороны, журнал «Красивые дома» ориентирован на профессионалов, однако в то же время он будет интересен людям, которые не обладают специальными знаниями, поскольку журнал содержит публикации об архитектурном разнообразии России, ближнего и дальнего зарубежья в контексте истории и современности, о последних достижениях архитекторов во всем мире. Кроме того, язык и стиль публикаций художественно-публицистический, общедоступный, однако авторы не избегают терминов или не объясняют их значение. Редакция журнала публикует и

распространяет методическую литературу для архитекторов и строителей, монографии, сборники статей, является соорганизатором ряда выставок, конференций, форумов и фестивалей всероссийского и международного масштаба, таких как ежегодная Международная архитектурно-строительная и интерьерная выставка «Красивые дома». Российский архитектурный салон» и открытого Международного архитектурного конкурса «Красивые дома». Издательство выпускает 8–9 номеров журнала в год на 108–150 полосах форматом А4 в цвете тиражом более 50 000 экземпляров. С каждым годом печатная версия сокращает тиражи, большую популярность набирает электронная версия издания. «Красивые дома» можно назвать отечественным аналогом «AD. Architectural Digest». Журнал пользуется популярностью у непрофессионалов, поскольку отечественных журналов об архитектуре в России немного [21, [http](#)].

«Проект Россия» является профессиональным журналом об архитектуре, градостроительстве, дизайне и новых технологиях, однако в отличие от «AD. Architectural Digest» и «Красивых домов» имеет более четкие черты отраслевого журнала. В 1995 году его основал Барт Голдхоорн – голландский архитектор и издатель, который и сегодня является его главным редактором. Концепция издания была сформулирована следующим образом: «журнал для критического осмысления архитектурной формы и ее содержания». С 1995 года журнал существует непрерывно, периодичность выхода издания – ежеквартально. Журнал формата А4 выходит на 180–270 полосах, в цвете, тиражом 10 000 экземпляров. «Проект Россия» не публикует материалы о зарубежной архитектуре [57, [http](#)].

В 2005 году на базе «Проекта Россия» также был создан журнал «Проект International», который доступен на английском языке в странах ближнего и дальнего зарубежья. По словам самого Барта Голдхоорна, он «задуман как дайджест: его основная цель не показать оригинальный материал, но воспроизвести его, перевести и суммировать». Кроме того, за

рубежом выходит издание «Проект Россия. Книга», которое в отличие от «Проект International» не содержит рекламы [57, [http](#)].

Издание ориентировано на специалистов, людей, работающих в сфере архитектуры, градостроительства и дизайна. Журнал хорошо известен среди архитекторов, строителей и дизайнеров как площадка для дискуссий и критики современной архитектуры. «Проект Россия» являются активным участником выставок, форумов, фестивалей, посвященных совершенствованию архитектурного пространства как крупных городов, так и более мелких населенных пунктов России.

### 1.3 Тема архитектуры на страницах современных печатных изданий

Поскольку архитектура относится к бифункциональным видам искусства, рассматривать ее можно как с точки зрения художественной составляющей, так и в контексте утилитарных функций. «Взгляд» печатного издания на архитектуру во многом зависит от его типа.

Большая часть публикаций об архитектуре в общероссийских газетах содержится в региональных приложениях, которые в структуре общероссийского издания приобретают черты областной газеты. Приложения акцентируют внимание на этнокультурных, социально-экономических и природно-географических особенностях территории, на которой их издают, освещают спектр событий региона (культурных, спортивных и т.д.) и являются инструментом общественного контроля над деятельностью власти. Однако, в отличие от областных газет, региональные приложения лишены личностного начала и не служат площадкой для диалога между администрацией и населением. Иными словами, региональное приложение занимает промежуточное положение между общероссийскими изданиями в традиционном понимании и областными газетами. Такая черта позволяет составлять серьезную конкуренцию областным изданиям, поскольку аудитория отдает большее предпочтение той информации, которая актуальна как для региона, так и для страны в целом.

Широкий географический охват и спектр событий не позволяют общероссийским универсальным изданиям обращаться к теме архитектуры часто. Кроме того, архитектура, как уже было сказано, имеет огромный потенциал, который позволяет говорить о ней как с точки зрения социально-бытовых проблем, так и нравственно-духовных. Это означает, что тип издания вынужден, с одной стороны, освещать насущные повседневные проблемы, в том числе связанные и с архитектурой, а с другой – осуществлять целенаправленную творческую деятельность по реализации культурно-просветительской роли СМИ в обществе посредством создания материалов, пропагандирующих духовные ценности и способствующих повышению общей культуры и интеллектуальному росту личности.

Архитектурное пространство отдельных территориальных образований как комплекс архитектурных объектов, инженерных сооружений и построек формируется под влиянием социальных групп и направлено на удовлетворение их потребностей, поэтому ярко отражает все социальные процессы, происходящие в обществе. Чтобы избежать сегрегации территорий, необходимо наладить контакты с другими объединениями с целью обмена информацией. Составляющими информации в числе прочего становятся элементы городской среды – здания и постройки, которые являются для жителей социально-значимыми маркерами. Они позволяют конструировать жизненное пространство, существенными частями которого являются ценности и нормы, принятые обществом. Посредником в этом процессе выступают общероссийские СМИ.

На рубеже XX–XXI вв. в значительной степени активизируется процесс глобализации, который ведет к унификации культуры. Можно выделить ряд условий, которые способствуют глобализации: производственно-технические (значительное увеличение масштаба производства, международное сотрудничество, развитие транспорта и связи), экономические (формирование международных рынков), информационные (повышение ценности информации и ее быстрого распространения или

получения), научно-технологические (использование научного опыта для быстрого внедрения решений), социологические (исчезновение закрытых обществ, ослаблении значения обычаев), политические (демократизация) и экологические (объединение сообществ для координации действий) [40, с. 47].

Расширение границ взаимодействий и взаимоотношений приводит к возникновению сложных и противоречивых процессов глобализации: многогранной культурной, идеологической, экономической интеграции, которые, безусловно, способствуют развитию цивилизации, но одновременно стирают индивидуальные особенности многочисленных культур. Огромную роль в этом процессе играют СМИ, которые не только передают информацию, но оказывают огромное влияние на приоритеты и ценности своей аудитории, внедряют культурные инновации, создают определенную модель поведения социальных объединений [40, с. 53].

Сегодня практически не существует этнических общностей, которые не испытали бы на себе влияние других культур. В связи с этим актуальность приобретает сохранение самобытности, уникальности, культурной индивидуальности, которые позволяют обращаться к опыту и достижениям предыдущих поколений, оценивать прошлое. Унификация культуры неизбежно ведет к обезличиванию. Обмен информацией между этническими группами необходим для совершенствования общества в целом, поскольку происходит учет достоинств и недостатков культур, посредством чего формируются оптимальные условия существования всего общества [40, с. 48]. Общероссийские издания во многом позволяют организовать обмен такой информацией.

В последнее время на примере публикаций об архитектуре заметнее становится явление медиамистификации. Медиамистификация – «это созданная и зафиксированная в информационном поле фиктивная история (событие или явление), которая подкреплена рядом правдоподобных доказательств, выступающая ярким информационным поводом для средств

массовой информации» [36, [http](#)]. Цель таких публикаций – нагнетание, создание резонанса, повышение интереса аудитории к своему изданию. Имеет место быть намеренное введение читателей в заблуждение, которое, однако, не несет никакого вреда. Этим медиамистификация отличается от медиафальсификации. Доказательствами в таких публикациях чаще всего выступают свидетельства очевидцев, фото и документы, которые авторы могут трактовать в угоду своим интересам. Примерами медиамистификации в публикациях об архитектуре являются различные сообщения о домах с приведениями, о «проклятых» участка, «дорогах смерти» и др.

В сегменте специализированной прессы об архитектуре упрочнились научные журналы (научно-теоретические, научно-практические, научно-технические) и профессиональные, поскольку развитие архитектурной науки в последние годы идет ускоренными темпами и требует площадки для обсуждения и дискуссий, а также для обмена достоверными, проверенными, обоснованными и серьезными знаниями. «Такие журналы являются рецензируемыми (или реферируемыми). Это означает, что перед публикацией все статьи, присылаемые авторами для публикации в журнале, проходят проверку независимыми экспертами в областях, близких к тематике статей. Такой механизм позволяет публиковать только те научные тексты, которые не содержат методологических ошибок и недостоверной информации» [38, с. 17]. Однако научно-популярных журналов об архитектуре не существует. Это говорит о том, что нет системы социальных факторов, способствующих выпуску таких изданий об архитектуре. Во-первых, потому, что государственная политика в отношении научно-популярных журналов в России отсутствует. Во-вторых, у таких журналов нет профильного сегмента рекламы, который бы приносил стабильный доход изданию. В-третьих, спрос на научно-популярные издания в современных условиях медиарынка заметно снижается. Высокие затраты на производство и доставку журнала к читателю, конкуренция в условиях рынка и низкая платежеспособность

аудитории становятся причиной отсутствия в современной медиасистеме России научно-популярных изданий об архитектуре.

Специализированные издания об архитектуре на рынке печатных СМИ России представлены преимущественно журналами, поскольку данный тип издания наиболее удобен для публикации специализированной информации. Во-первых, потому, что специализированная информация не нуждается в высокой оперативности. Во-вторых, более долгий цикл выпуска журнала, чем газеты, позволяет представить глубокий, всесторонний анализ затрагиваемой темы и обеспечивает регулярное дозированное получение «второстепенной» информации аудиторией. В-третьих, благодаря высокому качеству и плотности бумаги, журналы меньше портятся и их удобнее хранить, что немаловажно для специализированных изданий, поскольку «свежесть новостей» в них сохраняется намного дольше, чем в универсальных изданиях. «Журнал, – пишет М. И. Шостак, – ориентирован на передачу внеоперативной (оперативность принципиально несущественна), но актуальной аналитической или образной информации, либо той и другой вместе» [38, с. 24]

Сегодня рынок специализированной прессы об архитектуре представлен широко и удовлетворяет потребности аудитории в информации. Однако говорить об информационном разнообразии не приходится. «Важнейшим критерием конкуренции становятся качественные различия в содержании СМИ. Можно утверждать, что большое количество медиапредприятий не обязательно означает дифференциацию медиапродуктов, напротив, это ведет к усреднению, унификации содержания СМИ», – пишет Е. Л. Вартанова в статье «СМИ как отрасль современной экономики» [5, с. 176]

Согласно данным отраслевого доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, рынок журнальной периодики в России терпит огромные убытки. Рекламные потери журналов увеличились на 29 %, в то время как газетные потери – на 20 %. Кроме того, по печатной периодике



сильно «ударил» и новый Федеральный закон от 14.10.2014 №305-ФЗ, после вступления которого редакции журналов и издательские дома были вынуждены в срочном порядке перестраивать свою структуру в соответствии с требованиями нового закона. Рост цен на бумагу, краску, доставку и распространение, экономия на качестве материалов – все это привело к увеличению тарифов на подписку, что закономерно повлекло за собой снижение интереса аудитории к изданиям. В таких условиях запуск новых проектов практически невозможен, развитие уже существующих журналов также находится под большим вопросом [32, с. 52].

Стремясь сократить затраты на выпуск печатной версии издания, редакции сокращают тиражи и переходят в digital. «Сегодня многие издательские дома и на Западе, и в России действительно усиленно занимаются e-commerce (электронной коммерцией), осваивают рекламные интернет-технологии, часто даже вообще отказываясь от своего основного бизнеса – производства контента. Поэтому для некоторых из них выпуск журналов перестал быть приоритетом» [34, с. 77].

Еще одним важным фактором, сдерживающим развитие специализированной печатной периодики, является сокращение платежеспособности аудитории изданий, которая, стремясь сократить затраты, отказывается от покупки бумажной версии и пользуется более доступными интернет-версиями, или вовсе перестает читать эти издания. Из-за роста цен и сокращения ассортимента особенно эта тенденция заметна на так называемых патворках (коллекционных журнальных изданиях), тиражи которых за последние два года сократились на 40 %. Крупнейшие издатели патворков в России – это «Ашет Коллекция» и «DeAgostini». Патворки – узкоспециализированные печатные издания с периодичностью выхода одного номера в 2–3 недели. Издания развлекательного и познавательного характера, которые в сумме представляют собой небольшую энциклопедию [33, с. 80].

Усугубляющийся экономический кризис в стране за последние годы сильно подорвал и без того шаткое положение печатной периодики в России.

Приведенные выше данные характерны как для российского рынка специализированной прессы в целом, так и для изданий об архитектуре, в частности. В 2016 году сокращение продажи журналов отмечалось по всем ассортиментным группам. Спрос на издания об архитектуре сократился на 15 % и продолжает стремительно падать [32, с. 61].

Стремясь выжить и удержаться на рынке, специализированная пресса об архитектуре пытается привлечь большую аудиторию, «унифицируя» свой контент, что ведет к появлению однотипных изданий, которые практически ничем не отличаются друг от друга. Подавляющее большинство специализированной прессы об архитектуре на российском рынке – отечественные издания. Западные франшизы также существуют, однако в меньшем объеме.

Плотно заняли свою нишу технические профессиональные издания, ориентированные на строителей и архитекторов (аудиторией подобных изданий являются люди, имеющие образование в соответствующей сфере, хорошо подготовленные к восприятию информации такого рода), освещают события и темы, связанные с процессом строительства и практическим использованием объектов архитектуры, а именно: новые технологии, подбор материалов и оборудования, информацию о проектировании зданий, инженерных и технических решениях. Среди таких журналов можно выделить узкоспециализированные издания, которые обращаются к проблемам и нюансам строительства определенных типов здания. Например, «Строим дом» и «Частный дом от проекта до объекта». Кроме того, существуют издания, которые затрагивают вопросы строительства определенной части здания, это такие журналы, как «Крыши и кровля», «Строительные материалы», «Бетон и железобетон», «Водоснабжение и санитарная техника» и др. [33, с. 83].

Архитектуру, как уже было сказано, можно рассматривать с нескольких точек зрения, поэтому необходимо наличие разнообразных подходов к подаче информации. В сегменте специализированных СМИ происходит поиск

оптимального соотношения публикаций на различные темы в различных жанрах. На современном этапе происходит объединение понятий «дизайна архитектурной среды» и «архитектуры», что ведет к появлению множества изданий, которые позиционируют себя как специализированные издания об архитектуре, однако на самом деле таковыми не являются.

Важный акцент: большой энциклопедический словарь содержит следующее определение понятия архитектура: «это искусство проектировать и строить здания, другие сооружения и их комплексы, создающие материально организованную среду, необходимую людям для их жизни и деятельности, в соответствии с назначением, современными техническими возможностями и эстетическими воззрениями общества» [4, с. 25].

Исследователи выделяют следующие виды архитектуры:

1. архитектура объемных сооружений. К ней относят проектирование жилых домов, общественных зданий (школ, театров, стадионов, магазинов), промышленных комплексов (заводов, фабрик, электростанций);

2. ландшафтно-парковая архитектура. Данный вид связан с организацией садово-паркового пространства. Материалом является ландшафт и естественная растительность. К нему относятся скверы, бульвары и парки с «малой» архитектурой, к которой относят объекты функционально-декоративного (ограды), мемориального характера (надгробия), части городского благоустройства (фонари), носители информации (рекламные щиты);

3. Градостроительство. Теория и практика градостроительства решает две задачи: а) реконструкция и развитие старых городов, б) строительство новых [4, с. 25].

Возникновение **дизайна** как особого вида проектно-художественной деятельности произошло в конце ХХI века, когда в результате промышленной революции усовершенствовалась массовое производство техники, что

повлекло за собой разделение труда. В условиях индустриализации большее внимание было уделено внешней привлекательности товара и его потребительским характеристикам. Дизайн архитектурной среды – «искусство проектирования предметно-пространственной среды, имеющее целью оптимизацию функциональных процессов жизнедеятельности человека и повышение ее эстетического уровня» [27, с. 112]. Часто происходит слияние этих понятий, что вводит читателя в некоторое заблуждение. Примеров таких изданий можно найти множество: «AD. Architectural Digest», «MARK», «Dwell», «SALON. Частный интерьер России».

Слияние понятий архитектура и дизайн является вполне объяснимым, поскольку они взаимопроникаемы и развиваются они по одним и тем же законам. Такие журналы носят в большей степени развлекательный характер и предназначены для организации быта и форм самодеятельного творчества. Кроме того, под эти характеристики попадают рекламные журналы, которые стремятся создать спрос на определенные товары и услуги. Примером изданий, направленных на получение информации в области различных увлечений и интересов, могут послужить различные патворки, такие как «DeAgostini» «Православные храмы. Путешествие по святым местам» и «Дворцы и Усадьбы».

## Выводы к главе I

Аксиология определяет понятие «ценность» – специфическое социальное определение объекта окружающей действительности, выявляющее его положительное или отрицательное значение для человека и общества. Ценностью во многом становится то, что человек признает особенно важным и значимым. Существует множество классификаций ценностей, но в целом исследователи выделяют материальные, социальные (или общественно-политические) и духовные. Ценности являются изменяемой категорией, и важную роль в этом процессе играют СМИ. Кроме

того, СМИ в целом и печатная периодика, в частности, как один из важнейших социальных институтов должны быть проводником культуры и просветительства. В этом состоит культурно-просветительская функция журналистики. СМИ транслируют культурные достижения и во многом определяют характеристику тех или иных ценностей культуры. В существующих условиях на СМИ лежит огромная ответственность.

В XXI веке в связи с возникновением и активным развитием новых коммуникационных технологий, таких как радио, телевидение и Интернет, печатная пресса претерпела ряд серьезных изменений, однако до сих пор остается одной из ведущих массовых коммуникативных систем.

Сегодня существует множество типологических систем, которые позволят классифицировать печатные издания по различным признакам. Обращая внимание на содержательную сторону, можно разделить печатные СМИ на универсальные и специализированные. Последние разделяют по тематике («для всех не обо всем»), аудиторно-тематическим признакам («не для всех не обо всем»), относя к ним профессионально-отраслевые, женские, мужские, детские издания. Кроме того, существует третий тип изданий – смешанный, имеющий признаки универсальных и специализированных изданий («обо всем для единомышленников»).

В типологической системе современной российской печати важнейшую роль по-прежнему играют общероссийские газетные издания, которые имеют модель «для всех обо всем». Однако с каждым годом становится заметнее деление общероссийских газет на качественные и массовые издания. Примером качественного издания является «Российская газета», массового – «Аргументы и факты». Деление изданий на универсальные и специализированные позволяет четко представить систему печатных СМИ.

Роль СМИ как транслятора позволяет распространять богатейшие знания о мире, создавая при этом благоприятные возможности для его познания и освоения. В этом во многом состоит аксиологическая функция журналистики, которая заключается в выражении оценки событий.

Оценочность является основополагающей категорией познания действительности.

Неоднократно было сказано, что об архитектуре можно говорить как с точки зрения социально-бытовых проблем, так и нравственно-духовных. Это означает, что издания вынуждены, с одной стороны, освещать насущные повседневные проблемы, а с другой осуществлять целенаправленную творческую деятельность по реализации культурно-просветительской роли СМИ в обществе посредством создания материалов, пропагандирующих духовные ценности и способствующих повышению общей культуры и интеллектуальному росту личности.

## ГЛАВА II. АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ И КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ АСПЕКТЫ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ АРХИТЕКТУРЫ В СОВРЕМЕННЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

### 2.1 Ценностные ориентиры в публикациях об архитектуре в печатных изданиях современной России

Еженедельное издание «Российская газета – Неделя» (далее – РГ-Неделя) структурно состоит из двух частей: общей для всей территории страны (федерального издания) и регионального приложения. Количество публикаций об архитектуре в основной части издания минимально, поскольку слишком велик охват территории: затрагиваются не только события в России, но и в мире, что также увеличивает информационное поле.

Публикации об архитектуре в «Российской газете – Неделя» затрагивают в большей степени проблемы градостроительства Москвы, Санкт-Петербурга и крупных городов зарубежья. Встречаются также материалы о местах отдыха и туризма в России. Максимальное количество таких публикаций можно обнаружить в изданиях второго полугодия 2013 года, 2014 года и первого полугодия 2015 года: в среднем 2-3 публикации в месяц. Авторы акцентируют свое внимание не на своеобразии мест, а, наоборот, проводят параллели с известными западными курортами, стремясь вызвать у читателей положительное отношение к отдыху на российских курортах. Кроме того, журналисты всегда упоминают о доступности отдыха в России. Однако частотность публикаций об архитектуре в «Российской газете – Неделя» очень мала: 1–2 публикации в месяц. Материалы выполнены в жанрах обзора, аналитической корреспонденции с комментариями, мониторинга. Примером может послужить публикация: *«В первую постолимпийскую зиму Сочи оказался очень популярным у туристов... Для любителей более спокойного отдыха есть самый большой в Европе океанариум, который разместился в Адлере. На территории в шесть тысяч*

*квадратных метров расположены 30 аквариумов общим объемом пять миллионов литров воды. Также можно прогуляться по зеленой сокровищнице российских субтропиков парка «Дендрарий» или же пройтись по новой просторной набережной в Имеретинской низменности – растянувшаяся на многие километры пешеходная зона, построенная к Олимпийским играм, уже стала новой достопримечательностью курорта. Дети же будут в восторге от первого в стране тематического парка развлечений, каждый элемент которого связан с национальным фольклором и который уже прозвали “русским Диснейлендом”» (Бондаренко О. Сочи вместо Куршавеля // РГ-Неделя, № 1, 12.01.2015).*

Региональные приложения (на примере приложения «Центральная часть») затрагивают проблемы градостроительства и сохранения архитектурных памятников. Количество материалов за исследуемый период стабильно: 1–2 публикации в номере, в которых акцент сделан на комфорте и удобстве жизни. Прежде всего, архитектура представляет материальную ценность. Даже в материалах о сохранении архитектурных памятников и исторических мест речь идет о проблеме сокращения в городах зеленых зон, поскольку такие памятники преимущественно представляют собой парки, скверы и иные места массового отдыха. Публикации выполнены в жанрах информационного отчета и развернутой заметки, например: *«Власти вынесут на обсуждение общественной палаты проект застройки исторического Шаговского пруда в центральной части Костромы, вызвавший возмущение общественников... По данным экологов, старинный пруд, обсаженный ивами, входит в охранную зону исторического центра Костромы, и строительство питейного заведения на его месте недопустимо. Высота здания со шпилем – 16 метров, и такая доминанта среди зоны малоэтажной застройки в историческом центре Костромы – “все равно, что небоскреб на Васильевском острове в Санкт-Петербурге”.* При этом местные жители возмутились тем, что предложенный проект здания имеет форму унитаза, и заявили, что не согласны с начавшейся



*вырубкой исторических ив вокруг пруда» (Скудаева А. Шаговая доступность. В Костроме решат судьбу исторического пруда // РГ-Неделя, № 46, 13.11.2014). Автор самостоятельно не оценивает данную ситуацию, но подробно отражает причины, по которым жители недовольны строительством здания.*

К градостроительству относятся проблемы городского развития. Одной из таких проблем является затруднение движения по улицам города из-за увеличения количества автотранспорта. Региональное приложение «Российской газеты» также освещает эти темы, примером может служить следующая публикация: *«С начала этой недели белгородцы стали платить за парковку в центре города. С утра улицы, которые попали в “платный квадрат”, удивили непривычной пустотой. Как оказалось, желающих платить по 30 рублей в час нашлось немного. Позже в соцсетях белгородцы стали писать, что искали место для своих авто подальше от “платных” улиц, а некоторые и вовсе отказались от машины в этот день. Таким образом, цель властей – освободить центр города от огромного скопления машин – была достигнута в первый же день» (Скрипка А. Убрали с дороги. В Белгороде центр города “разгрузили” платные парковки // РГ-Неделя, № 45, 27.11.2014). Оценочность в этой публикации содержат следующие предложения: «Нормативная база разработана, но механизм ее реализации еще не сформирован, поэтому пока говорить о том, сколько денег уже собрано, о штрафах, да и вообще анализировать работу парковок рановато. В целом же первый день работы парковок вызвал больше хороших отзывов, чем негатива».*

Ежедневное издание «Российской газеты» обращается к теме архитектуры чаще: в недельном выпуске можно обнаружить 2–4 публикации. Архитектура на страницах здесь представляет в большей степени материальную ценность, чем духовную. Публикации освещают социальные проблемы: недобросовестный ремонт, некачественное строительство, хищения при строительстве и т.д. О памятниках архитектуры также пишут с

точки зрения социальных проблем, упоминая, что они имеют огромное культурное значение. Авторы публикаций избегают резко негативной оценки происходящего, подробно описывая сложившуюся ситуацию, они часто прогнозируют положительную динамику. Отметим: о зарубежной архитектуре ежедневная «Российская газета» не пишет. В качестве примера приведем следующую публикацию: *«В Новосибирске получила распространение идея вполне пригодных для проживания “квартир” площадью всего восемь квадратных метров, обустроенных в технических помещениях новостроек. В микрорайоне “Просторный”, который возводится в левобережной части мегаполиса, такие подсобки есть на каждом этаже. И любой желающий может выкупить 8-метровую комнатушку для своих нужд. В основном там кладовки. Но год назад одно из таких помещений было переоборудовано для жилья, а сегодня можно найти объявления о продаже комнат “готовых как для проживания, так и для сдачи в аренду”. Здесь есть санузел, небольшая ванна и даже раковина, которая обозначает собой кухонное пространство. Цена – 385 тысяч рублей»* (Зайков Н. 8 метров простора. Сибиряки обитают в самых маленьких квартирах России // РГ, № 283, 13.12.2015).

Архитектурные сооружения нередко являются воплощением силы и мощи страны. Это заметно в материалах, посвященных строительству космодрома «Восточный», олимпийских объектов в Сочи и других зданий с изначально заявленной культурной ценностью. В публикациях также сравниваются западные и российские проекты. Оценка прямая и часто строится следующим образом: сначала перечисляют положительные черты и особенности российских проектов с минимальным описанием недостатков, а затем сравнивают их с зарубежными, подробно рассказывая об их негативных сторонах. В качестве примера можно привести следующую публикацию: *«Новая команда работает над проектами, которым еще предстоит стать знаковыми. Причем не только в Москве, но и в мировом масштабе. Уверен: результатами международных конкурсов, которые мы провели, станет*

*сильная архитектура. Это относится к проектам и Политехнического музея, и парка в Зарядье и новому зданию Третьяковской галереи. Яркие проекты разработаны для застройки территории ЗИЛа, создания административно-делового центра в Коммунарке, инновационного центра “Сколково”... В Москве, к чести городских властей, нет выраженных ущербных, депрессивных территорий, которые есть даже в Париже, Берлине и Нью-Йорке» (Кузнецов С. Дворец и дворик // РГ, № 41, 21.02.2014). Оценка выражена эпитетами (яркая, сильная, знаковые) и др.*

«Аргументы и факты» (далее – «АиФ», АиФ) в публикациях об архитектуре используют похожие методы, однако тематика материалов несколько разнится. Структура «Аргументов и фактов» схожа со структурой «Российской газеты»: издание состоит из федерального выпуска, содержащего общую информацию, и региональных приложений. Под общей информацией следует понимать сообщения, актуальные для всего населения страны: злободневные материалы, важнейшие политические события, происшествия, социальные проблемы. Региональные приложения выходят в цвете и содержат сообщения о значимых событиях региона. В отличие от «Российской газеты – Неделя», где приложения объединяют несколько областей, «АиФ» издает приложения для каждой области отдельно, чем также напоминает областные издания. Однако «Аргументы и факты» – массовая газета, поэтому форма и стиль подачи материалов сильно отличается от публикаций в «Российской газете» и подавляющего большинства областных изданий.

Федеральное издание «Аргументов и фактов» преимущественно пишет об архитектуре как о носителе духовных ценностей. Речь в публикациях идет об истории как известных архитектурных памятников, так и местных достопримечательностей. За исследуемый период количество публикаций остается относительно стабильным: один материал в каждом номере. В качестве примера можно предложить следующую публикацию: *«История*

*Псково-Печерского монастыря насчитывает 540 лет, за которые он ни разу не закрывался. А берет свое начало обитель от Святых пещер, ставших подземным некрополем, где паломника ждет встреча с вечностью... Пещеры находятся внутри горы, которую называют Святая горка. Подняться на нее можно по крутой лесенке. И сразу ступаешь на землю, под которой находится «подземный некрополь». Весной здесь цветет чудесный яблоневый сад. А шесть веков назад гору покрывал густой лес» (Позднякова М. Святые пещеры. В подземном некрополе покоятся 10 000 человек // АиФ, № 1-2, 11.01.2014).*

Как правило, такие публикации затрагивают сакральную или храмовую архитектуру, предпочтения отдается архитектурным объектам, связанным с христианской религией: «“Бог от нас, горбатовских, будто бы отвернулся”, – сетует настоятель храма Живоначальной Троицы в крохотном, на 2000 жителей, едва ли не самом маленьком в стране городе Горбатове, что в Павловском районе Нижегородской области, знаменитом на всю Россию своими боевыми гулями и лимонами на подоконниках. Славен Горбатов и пеньковыми канатами, и вишневыми садами. Но сегодня город “мелеет”: производства закрыты, плодовые деревья повымерли. А главное, никак не отреставрируют: кирпич едва на голову не падает – древний, двухсотлетний собор, и даже в праздники никого не дождешься к аналою. Но держится, держится древний храм, и держится вера, которая, кажется, вот-вот утечет водой сквозь пальцы» (Иванушкина П. Верить легко и свободно. Простая прихожанка спасла храм от разрушения // АиФ, № 19, 07.05.2014).

Нередко на страницах «Аргументов и фактов» можно встретить публикации о зарубежной архитектуре. В них авторы подробно рассматривают как существующие объекты, так и проекты будущих построек. Речь идет о наиболее важных, интересных и значимых сооружениях, как правило, связанных с градостроительством. Характерной чертой таких материалов является сенсационность, стремление удивить и

восхитить читателя. Примером может послужить следующая публикация: *«В Никарагуа собираются построить дублёр Панамского канала. Для маленькой страны это будет, без преувеличения, стройка века, а то и... Президент Даниэль Ортега внёс на обсуждение в парламент амбициозный проект. Объём ожидаемых инвестиций – 30 млрд долл. Зато новый канал, соединяющий Тихий и Атлантический океаны, позволит создать 40 тыс. рабочих мест и существенно пополнить казну Никарагуа, одной из беднейших стран Западного полушария. Это не единственная мегастройка на планете Земля. Что ещё задумано и может быть реализовано в ближайшие годы?»* (Писаренко Д. Стройка века. Можно ли будет доехать на автомобиле из Лондона в Нью-Йорк? // *АиФ*, № 31, 01.08.2012). Автор рассказывает еще о нескольких крупных проектах: тоннеле через Берингов пролив, ГЭС «Гранд Инга» в республике Конго, российском искусственном острове «Морской фасад» и башне Королевства в Саудовской Аравии. Он оценивает не только масштаб будущего строительства, но и его целесообразность.

Региональное приложение содержит большее количество публикаций об архитектуре: в каждом номере 2–3 материала, которые посвящены социальным проблемам, связанным с жилищно-коммунальным хозяйством. Например, в региональном приложении «Курск» на протяжении исследуемого периода регулярно публиковались материалы о капитальном ремонте. Этой теме была отведена рубрика «Деловая среда». В публикациях содержались разъяснения и комментарии к правовым актам, регулирующим вопросы капремонта, нюансы создания ТСЖ и ЖСК, сообщения о региональных программах капремонта. Впрочем, тема была освещена и в федеральном издании. В качестве примера можно привести следующую публикацию: *«В Курске находится порядка 140 общежитий, где проживают около 25 тысяч человек. Но проживают они не в самых хороших условиях, потому что у общежитий некорректный правовой статус, который не позволяет включить их в программу по капитальному ремонту. Полгода*

назад к курским активистам и общественникам с жалобами на невыносимые условия жизни, отсутствие ремонта зданий и коммуникаций обратились жители общежитий по улице Маковской и Магистральному проезду» (Колесниченко А. Общее место. Почему общежития Курска не входят в программу капремонта // *АиФ*, № 48, 30.11.2016). Подобные публикации важны для аудитории, поскольку позволяют разобраться в непростом вопросе капитального строительства и ремонта. Журналисты «Аргументов и фактов» не используют в публикациях слова с резко негативной оценкой, предпочитая описывать ситуацию сухо, без экспрессии.

Региональное приложение «Курск» освещает проблемы, связанные с застройкой города: вопросы градостроительства в городе стоят остро. Одной из главных проблем является строительство крупных торговых центров, которые затрудняют движение транспорта в центре, вытесняют места массового отдыха и зеленые зоны. «Аргументы и факты–Курск» – одно из немногих изданий, которые открыто пишут о том, что Курску не нужен еще один торговый центр, что нужно заботиться о сохранении исторических зданий, увеличивать (или хотя бы не сокращать) количество парков и скверов: *«В Курске может появиться ТРЦ «Макси». Именно этот торгово-развлекательный центр намерена возвести на территории бывшего завода КЗТЗ крупная вологодская компания. Это будет крупное трехэтажное здание общей площадью 86,6 квадратных метров. В ТРЦ хотят разместить магазины, кафе, кинотеатр, зону досуга и т.д. В общем, все как обычно: искушенный торговыми площадями курский покупатель уже пресытился яркими рекламными вывесками и дорогими бутиками»* (Петров И. Нежилая площадь. Зачем Курску еще один торговый центр? // *АиФ*, № 51, 18.12.2013).

На страницах федерального издания и курского регионального приложения «АиФ» много публикаций, связанных со строительством и архитектурой. Речь идет о строительстве новых жилых микрорайонов, о получении жилья льготными категориями граждан и др. Архитектура рассматривается как материальное благо, как социальная необходимость:

*«Начало дачного сезона может преподнести дачникам неприятные сюрпризы. На весеннюю сессию Госдумы назначено рассмотрение во втором чтении законопроекта, который может возложить на владельцев садовых участков и домиков непомерное финансовое бремя. Несколько лет назад Конституционный суд признал незаконным запрет на регистрацию граждан по месту жительства на садовых участках. Будто бы, для того чтобы устранить эту несправедливость, были предложены поправки в закон о садоводстве (№66-ФЗ). Поправки очень опасные. Предлагается понятие «жилое строение» заменить на формулировку «индивидуальный жилой дом». К чему приведет такая “игра в слова”?» (Молоткова П. 6 соток в осаде. Садоводам грозят непомерные расходы // АиФ, № 14, 08.04.2014).*

Исходя из названия журнала «Красивые дома» (далее – КД) можно понять, что своей главной целью издание ставит формирование у читателей эстетических ценностей. Красота, стиль и оригинальность – основные черты, на которые прежде всего обращают внимание авторы публикаций. Ярким примером может послужить следующая: *«Величественный особняк построен в восьмидесяти километрах от Москвы по направлению Симферопольского шоссе в 1990-е годы, но с тех пор успел порядком обветшать: кровельная конструкция с остеклением протекла, фасады потеряли свою привлекательность. Комплексная реконструкция полностью преобразила дом – плоскую крышу заменили на вальмовую, к основному объему пристроили двухэтажный блок с кабинетом и детскими, фасады облицевали песчаником, интерьеры после перепланировки декорировали, используя мотивы классики и ар-деко. Архитектурный ансамбль с парадной входной группой и широким лестничным спуском к партерной части сада-парка выглядит элегантно и респектабельно. Сплошное панорамное остекление центральной части главного фасада придает зданию легкость и изящество» (Кононова С. Стильная реконструкция // КД, № 7, август 2014).*

«Красивые дома» затрагивает не только архитектуру, но и внутреннее убранство зданий: элементы декора, отделочные материалы, мебель. Издание не подменяет понятия, но и не разделяет их. Авторы публикаций говорят о том, что архитектура и дизайн могут выгодно дополнить друг друга или испортить даже самый удачный проект. В качестве примера приведем следующую публикацию: *«В интерьере первого этажа отправной точкой при проектировании были две несущие колонны в центре основного архитектурного объема, которые требовалось как-то обыграть. Их объединили в общую конструкцию с камином, телевизором и системой ажурных полок, работающих на просвет. Результатом стало логичное деление пространства на тихую зону отдыха перед телевизором и активную часть, удобно связанную с холлом»* (Кононова С. Раскрывая пространство // КД, № 8, октябрь 2013).

Журнал практически не содержит информации о владельцах домов: крайне редко называет их имена, профессии или сферу деятельности. В публикациях такой тематики личность героя или героев, как правило, почти не раскрывается: на первом плане находится здание, его планировка, дизайн и убранство. Однако авторы часто говорят о составе семьи владельцев. Как правило, это супруги, имеющие двух и более детей, или пожилая супружеская пара, которая приглашает в свой дом детей и внуков на отдых. Иными словами, «Красивые дома» акцентирует внимание на семейных ценностях: патриархальный уклад, многодетность, преемственность поколений. В качестве примера приведем фрагмент следующей публикации: *«Реализованный проект наглядно опровергает распространенное представление об одноэтажном жилище типа бунгало как о скромной тихой пристани для пожилой супружеской пары или даже одинокого человека. В этом доме с удовольствием живет семья, состоящая из молодой супружеской пары и двоих детей... Благодаря контрастному сочетанию ярких цветов – красного и белого – легкая деревянная постройка напоминает*



*игрушечный домик, как будто сошедший со страниц сказок Андерсена»* (Кононова С. Детский дом в Немецких Альпах // КД, № 4, май 2013).

«Красивые дома» имеет ряд постоянных рубрик. «Дайджест» и «Выставка» включают сообщения о последних событиях в сфере архитектуры и дизайна: выставках, новых коллекциях, завершенных проектах. «Строительство» – рубрика, занимающая от 40 до 60 % издания, содержит описание реализованных проектов, разделена подрубриками, охватывающими как российские, так и зарубежные проекты. «Дом архитектора» – частая рубрика на страницах издания «Красивые дома» – содержит интервью с известными архитекторами, которые рассказывают не только о своем жилье, но и говорят о взглядах на определенные проблемы в сфере архитектуры или дизайна, о предпочтениях и планах. Акцент делается на личности героя публикации. Рубрика «Мастерская» схожа с предыдущей, однако в ней размещаются материалы синкретичных жанров. «Технологии» и «Оформление» содержат сведения о новинках в сфере отделки и дизайна помещений.

Как уже было сказано, «Проект Россия» (далее – ПР) позиционирует себя как издание для специалистов, которое стремится к «совершенствованию архитектуры и урбанизма в России» [57, [http](#)]. Свою позицию «Проект Россия» активно отстаивает на протяжении многих лет. Журнал содержит переходящие рубрики, которые зависят от заявленной темы номера, и постоянные: «Новости», «Монитор», «Каталог», «Дизайн и технологии». На страницах издания можно встретить информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры. В процентном соотношении их количество можно выразить следующим образом: информационные – 40 %, аналитические – 30 %, художественно-публицистические – 30 %.

В публикациях, выполненных в информационных жанрах, журналисты затрагивают актуальные темы и освещают события, происходящие в сфере архитектуры. Примером может послужить следующая публикация: «4

*сентября заммэра Москвы по градостроительной политике и строительству Марат Хуснуллин принял решение о создании экспертной комиссии по дому Мельникова. Произошло это в прямом эфире телеканала «Дождь» во время спора с Натальей Душкиной, которая возразила против утверждения Хуснуллина, что будто бы “в доме Мельникова на сегодня никакого влияния застройки окружающей среды нет”... Впрочем, и он, и хранитель дома Мельникова, внучка архитектора Екатерина Каринская, едины во мнении, что создание комиссии – безусловное благо. Как и любые действия, которые помогут спасти памятник мирового значения, находящийся под угрозой разрушения» (Без подписи. Создана комиссия по дому Мельникова // ПР, № 69, сентябрь 2013).*

*На страницах издания разворачивается живая полемика о современном состоянии архитектурных памятников и развитии архитектурной мысли в последнее время: «Проект Россия» активно пропагандирует сохранение архитектурных памятников в первоначальном виде, настаивает на их тщательной реставрации и критикует современный подход властей к этим проблемам, поскольку, по мнению, авторов, такие памятники являются яркими образцами архитектурных стилей, в которых они выполнены. В качестве примера можно привести следующую публикацию: «Какое будущее ждет Зарядье? Этим вопросом сегодня задаются многие... Хотя, казалось бы, все должно быть яснее ясного. 20 января 2012 года премьер-министр Владимир Путин, который сейчас уже президент, высказал пожелание, чтобы на месте бывшей гостиницы «Россия» появился парк. Столичный мэр Сергей Собянин тут же распорядился организовать конкурс. И вот 2 февраля Москомархитектура объявила этот конкурс. На него поступило 118 проектов... Имена победителей огласили уже 20 апреля – завидная скорость... Короче, парка пока нет, есть только призрачная идея парка. По словам председателя Москомархитектуры Александра Кузьмина, конкурс удался в том смысле, что дал представление о том, чего в Зарядье точно не должно быть. Комедия, ей Богу!» (Белов А. Конкурс для галочки // ПР, № 64,*

июнь 2012). Авторы публикаций негативно отзываются о деятельности властей в области архитектуры и градостроительства, критикуют проекты и открыто указывают на недостатки. В своих размышлениях колумнисты «Проекта Россия» часто говорят об упадке архитектуры в России, об отсутствии действующей нормативно-правовой базы в области реставрации и сохранения памятников архитектуры, называя существующую базу формальной и «пустой». Однако не все публикации носят подобный характер. Как отрицательная, так и положительная оценка предмета публикации четко аргументирована автором.

На страницах «Проекта Россия» архитектура в подавляющем большинстве представляет материальную ценность, которая должна удовлетворять утилитарные потребности человека, поэтому на первое место всегда ставят удобство, экологичность и практичность. Внимание уделяют и экономическим вопросам строительства: приемлемая цена, доступность, прочность. Тем не менее в публикациях об архитектурных памятниках авторы иногда говорят и о духовной ценности архитектуры в контексте «русской души» и преемственности поколений. Покажем это на следующем примере: *«Знаками и символами история парка в Зарядье буквально переполнена. Например, есть теория, что те две точки, за которыми так удобно наблюдать с моста, – храм Христа Спасителя и Зарядье – всегда были исторически – и мистически – связаны, будучи как бы двумя головами орла, где орел – это противоречивая русская душа. И одна голова показывает наше смирение (храм – его символ), а Зарядью выпадает ампула «духа свободы». Если обе половины будут пребывать в гармонии – то и будет нам счастье. Миф – или быль? – о русской душе, единой в двух борющихся противоположностях, встречается в истории Citymakers»* (Хоменко А. Как зарядить парк в Зарядье, или История о том, как архитектурными средствами выразить суть русского характера и загадочность русской души // ПР, № 86, апрель 2016).

Журналы «Красивые дома» и «Проект Россия» являются специализированными изданиями об архитектуре и выполняют коммуникативные, информационные, аналитические, рекламные и организационно-поведенческие функции. Однако они заметно отличаются друг от друга, несмотря на, казалось бы, общую специализацию. Вызвано это целевым назначением изданий: «Красивые дома» – рекламно-информационный журнал, «Проект Россия» – профессиональный. Именно целевое назначение издания определяет его точку зрения на архитектуру, конкретизирует характер и тип издания. «Красивые дома» стремится развить у своей аудитории эстетические ценности и при этом создать спрос на потребление определенных товаров и услуг. «Проект Россия» акцентирует внимание на материальной ценности архитектуры, стремясь создать площадку для профессиональной дискуссии.

## 2.2 Публикации об архитектуре в современных отечественных печатных СМИ: культурно-просветительский потенциал

В «Российской газете» и «Аргументах и фактах» существуют постоянные рубрики, в которых журналисты освещают события культурной жизни. Однако публикации об архитектуре в таких рубриках не встречаются. Это не говорит о том, что авторы не воспринимают архитектуру как часть культуры, скорее, читатель предпочитает видеть в рубриках сообщения о выставках, спектаклях, новинках кино. Публикации об архитектуре не в контексте социально-экономических проблем носят преимущественно развлекательный характер.

В «Аргументах и фактах» рубрика «Свободное время» часто содержит материалы об архитектуре. В «Российской газете» – переходящие рубрики «Увлечения», «Отдых», «Наследие».

Рубрика «Отдых» в «Российской газете» содержит публикации с подробными историческими справками о местах отдыха и туризма, в которых должное внимание уделяется историко-архитектурным памятникам

территории, что позволяет читателям лучше узнать культуру своей страны. В качестве примера можно привести публикацию: *«Ялта – один из самых удивительных городов России. Несмотря на сомнительную репутацию неадекватно дорогого курорта с запущенным сервисом, которую Ялта получила за последние годы, она остается местом, обязательным для посещения в глазах любого, кому интересна история нашей страны. И особенно – ее культура. Здесь гуляла «дама с собачкой», увековеченная на набережной вместе со своим создателем (Чехов, в творчестве которого Ялта сыграла огромную роль, представлен в этом городе двумя памятниками), сюда Булгаков вместе с Азазелло отправили несчастного Лиходеева, здесь много мест, связанных с судьбой и творчеством Пушкина»* (Сосновский Д. По следам Дамы с собачкой и Лиходеева // РГ, № 141, 26.06.2014). Нередко авторы публикаций обращаются к фоновым знаниям аудитории в области литературы, музыки и живописи. С одной стороны, такие отсылки позволяют оживить в памяти эти знания, а с другой – ассоциировать новую информацию с уже известной, что способствует лучшему запоминанию.

В рубрике «Увлечения» речь идет о непрофессиональных архитекторах, в основном из глубинки, которые на своих участках строят необычные здания, например: *«На углу Кремлевской и Волкова я замер. За кованым забором стоял настоящий Хогвартс. Даже показалось, что за стрельчатым окном мелькнули очки Гарри Поттера. Подумал: олигархи жируют – денег девать некуда. Прав я был лишь отчасти. Действительно, замок построил бизнесмен Сергей Мамаев. Но превратил его не в городскую резиденцию, не в пафосный офис, а в обычную среднюю общеобразовательную школу № 5 “Обыкновенное чудо”. “Жена у него учительница, вот он ей подарок и сделал”, – сообщил словоохотливый прохожий. Я не поверил глазам своим и решительно толкнул “средневековую” калитку»* (Снигирев Ю. Дворец для любимой

учительницы. Бизнесмен построил замок и открыл в нем школу // РГ-Неделя, № 50, 13.12.2013).

«Наследие» – рубрика, посвященная современным (до 100 лет) зданиям необычной архитектуры, которые как отражают развитие архитектурной мысли в России, так и освещают проблемы сохранения исторических памятников. Отличительной чертой публикаций в рубрике является подробный рассказ об исторических событиях и людях, связанных с такими зданиями. Примером может послужить следующая публикация: *«Деревянный дом в Северодвинске, где в детские годы жил будущий писатель Валентин Пикуль, должен пойти под снос. Сейчас жильцов расселяют, двери заколочены, а стены украшают выцветшие объявления с призывом отстоять строение и превратить его в музей. Скорее всего, эти лозунги так и останутся лишь на бумаге. Весной этого года стало известно, что восьмиквартирный дом вошел в программу по переселению из ветхого и аварийного жилья. Тогда же активисты общественного движения “Мой Северодвинск” начали настаивать на сохранении этого объекта, реставрации и использовании в качестве музея или общественного центра»* (Чистякова А. Не трогайте дом Пикуля. Аварийное здание, в котором жил писатель, может пойти под снос // РГ-Неделя, № 42, 20.10.2016).

«Российская газета» пишет и о зарубежной архитектуре: культурно-просветительский потенциал таких публикаций реализован во многом путем сравнения российской и западной архитектуры, при этом оценка последней преимущественно положительная: *«В Эрмитаже проходит выставка “Белый город. Архитектура Баухауса в Тель-Авиве”. Израильская экспозиция перекликается с проблемами, которые решает и Санкт-Петербург. Сейчас для Тель-Авива остро встала проблема сохранения культурного наследия. Как объясняет автор плана консервации исторического центра города архитектор Нитца Шмук, большинство зданий-памятников находятся в частных руках. Это означает, что владельцы вольны делать с ними все что угодно, не оглядываясь на статус исторического наследия, которого в*

*Израиле вообще нет как правового понятия» (Голубкова М. Нелегкое наследие. Тель-Авив научит петербуржцев ценить архитектурный авангард // РГ-Неделя, № 33, 22.08.2013).*

Напомним: общероссийский выпуск «АиФ» обращается к теме архитектуры часто: в каждом номере есть 1–2 крупные публикации с иллюстрациями. При этом нередко «Аргументы и факты» выдают псевдонаучные исследования за достоверные, такие публикации выполнены в жанрах интервью, исследовательских статей, журналистских расследований. Поскольку издание в целом тяготеет к сенсационности и стремится удивить читателя, материалы об архитектуре часто носят сенсационный характер. Встречаются публикации о домах с приведениями и духами, о древних развалинах, вызывающих у посетителей мистический ужас, и др. Достоверность информации в таких материалах проверить трудно – публикации являются яркими примерами медиамистификации. Приведем пример: *«Где в Москве можно встретить призраков различного времени и какие дома являются самыми «привлекательными» в этом плане? Московский драматический театр им. А. С. Пушкина прославился в 1980-х гг. тем, что сотрудники заведения не раз видели, как за кулисами ночью бродит привидение женщины в белом платье. В призраке признавали знаменитую актрису А. Коонен, которая умерла в 1974 году. Она была примой Камерного театра (находившегося ранее по этому же адресу) и женой его основателя А. Таирова. А началась история в мае 1914 г., когда молодые талантливые супруги искали помещение для своего собственного театра... После всего произошедшего А. Коонен прокляла особняк на Тверской. Впрочем, поговаривают, что это здание и до трагической истории с Таировым считалось «нехорошим». Якобы дом стоит на месте старинного захоронения казнённых Петром I участников Стрелецкого бунта» (Герасимова М. Мистическая Москва. Гуляют ли по столице призраки и где их можно встретить? // АиФ, № 44, 28.10.2015).*

Кроме того, примером могут послужить публикации, в которых речь идет об исторических зданиях и событиях, связанных с ними. Такие материалы содержат множество исторических фактов, однако информация имеет «оттенок» сенсации: *«90 лет назад, 21 января 1924 года, умер Владимир Ленин, один из самых ярких политических деятелей XX века. О последних годах жизни «вождя мирового пролетариата», после того как советское правительство переехало из Петрограда в Москву, – в материале “АиФ” ... Между тем в квартире была своя кухня, комната для горничной, и совмещенный санузел, оборудованный ванной, душевым шлангом и – большая редкость по тем временам – ватерклозетом. Впрочем, отопление в здании в то время еще было печным, в квартире было несколько обычных печек. Зато в 1918 для Ленина сделали первый в Кремле лифт»* (Колесниченко А. Тайны кремлевской квартиры Ленина. Как скромно жил и изнуряющее работал в 300-метровой квартире в Москве вождь мирового пролетариата // АиФ, № 3, 21.01.2014). Автор публикации рассказывает не только о быте В. Ленина, но и о его деятельности и событиях, происходивших в начале XX века, что позволяет читателям узнать что-то новое или вспомнить забытое.

Публикации в региональном приложении «Курск» обладают огромным культурно-образовательным потенциалом, поскольку немногие областные и региональные издания Курской области обращаются к теме архитектурного наследия. В области существуют «растиражированные» памятники архитектуры, о которых много и часто говорят местные СМИ: это имение Маришно под Рыльском, Башня Шамиля во Льгове, монастырь Коренная пустынь в местечке Свобода Золотухинского района. «Аргументы и Факты – Курск» обращаются и к менее известным архитектурным памятникам области, что позволяет аудитории издания изучать историю родного края. Кроме того, такие публикации способствуют формированию духовных ценностей, стимулируют читателей ценить историческое прошлое региона.

Количество публикаций в издании на протяжении исследуемого периода остается относительно стабильным: *«В Курске не первый год идет*



*нешуточная борьба за создание в областном центре музея Казимира Малевича. Как известно, жизнь и творчество знаменитого автора «черного квадрата» неразрывно связаны с Курском. При этом «памятных» мест практически нет: о пребывании Малевича в столице Соловьиного края можно узнать, только взяв с собой на экскурсию бывалых краеведов» (Петров И. Появится ли в Курске музей Малевича? // АиФ-Курск, № 10 05.03.2014). Газета «Аргументы и факты» является массовым изданием, полностью приспособленным к различным и даже противоположным читательским ожиданиям, поэтому наряду с сенсационными материалами здесь можно встретить качественные публикации об историко-культурных памятниках страны.*

Указом Президента РФ от 22 апреля 2013 года № 375, 2014 год объявлен Годом культуры, однако на страницах «Аргументов и фактов» и «Российской газеты» количество публикаций об архитектуре как о носителе духовных и общественно-политических ценностей не увеличилось. В изданиях не было тематических рубрик, посвященных Году культуры в России.

Ориентированный на широкую аудиторию журнал «Красивые дома» на примере построек, о которых пишут авторы публикаций, стремится научить аудиторию самостоятельно обустраивать жилище, быть при этом оригинальными и не бояться экспериментов. Рекламный слоган журнала звучит так: «Начните строить вместе с нами». Издание демонстрирует читателям широкий выбор вариантов и идей для вдохновения, например: *«Аутентичный дом в стиле американского кантри недавно построен на поросшем лесом склоне на берегу озера в северной части штата Теннесси. Живописный участок площадью 5.3 гектара вплотную примыкает к воде. Из кипарисов, срубленных, чтобы очистить площадку под строительство, сделали роскошную террасу, открывающую вид на воду... Задумывая строительство дома своей мечты, хозяева сначала остановили выбор на готовом типовом проекте компании. Но постепенно в процессе общения с архитектором и подрядчиком его изменили с учетом особенностей участка и*

*конкретных пожеланий заказчиков»* (Кононова С. Кипарисовый рай // КД, № 8, октябрь 2012). «Красивые дома» обращается к прагматическим темам: подбор мебели, выбор тканей, штор, ковров, светильников и многого другого, а также организация жизненного пространства, однако настаивает на том, что строительство и дизайн интерьера очень важный и трудоемкий процесс, который не терпит ошибок, поэтому журнал советует обращаться к специалистам или во многом учитывать советы авторов журнала. Издание рассчитано на людей с высокими доходами. Каждая публикация сопровождается фотографиями, планом здания и чертежами, что позволяет читателям визуализировать печатный текст и, возможно, использовать полученную информацию на практике. Журнал «Красивые дома» затрагивают и ландшафтно-парковую архитектуру, но только в контексте строительства зданий как основу планировки. В качестве примера приведем следующую публикацию: *«Двухэтажный современный дом Г-образной конфигурации возведен из кирпича, дерева и стекла в Подмоскovie, в стародачном месте Болшево, неподалеку от города Королёва. Окружающий лесной ландшафт predetermined архитектурную концепцию здания, из огромных окон которого открывается великолепный вид на участок с вековыми деревьями. В основу проекта, близкого по своей стилистике к минимализму, заложены функциональность и эргономичность. Архитектор и дизайнеры создали гармоничное пространство, где комфортно жить и отдыхать, а спокойная цветовая гамма в экстерьере и интерьере, натуральные отделочные материалы лишь усилили очевидную связь дома с природой»* (Кононова С. Новая эстетика стародачных мест // КД, № 1, январь-февраль 2016).

Журнал «Красивые дома» не обращается к памятникам архитектуры – в поле зрения авторов находятся только современные постройки, преимущественно загородные дома. Однако авторы часто рассказывают об архитектурных стилях: об особенностях и характерных чертах и немного об их истории, например: *«Отец и дед Ильи Лагутенко – композитора, певца,*

лидера группы “Мумий Троль” – были архитекторами. Дед, Виталий Павлович Лагутенко, прославился как автор проекта первых построенных по индустриальной технологии многоквартирных домов, так называемых хрущевок, обеспечивших миллионы людей доступным жильем. Несколько лет назад его внук Илья с помощью московского архитектора Алексея Николашина выстроил для своей семьи дом, выдержанный, по определению Лагутенко, в стилистике “модерна XXI века” – современный, минималистский, с интерьером, отличающимся лаконичной чистотой линий и комфортом» (Грибкова Е. Модерн XXI века // КД, № 2, март 2015).

В 2015 году издание ввело новую рубрику – «Звездные дома», которая сделала «Красивые дома» ближе к массовому читателю. Постепенно на страницах издания стали появляться публикации, содержащие информацию не только об архитектуре, но и о личной жизни, увлечениях, интересах и творческой деятельности звезд кино и театра, эстрадных исполнителей. Примером может послужить публикация: «Екатерина Волкова – актриса кино и театра, автор и исполнитель песен, модель. Ее называют одной из самых неординарных актрис российского экрана. Училась в Театральном училище в Ярославле, а переехав в Москву, поступила сразу на третий курс РАТИ(ГИТИС) в мастерскую Марка Захарова. Екатерина давно не работает в репертуарных театрах, пробуя себя в разных направлениях, например, организовала собственный музыкальный проект – группу «Беспредел». Яркая и самобытная, она не терпит душных помещений, предпочитает пространства объемные, с чистыми линиями, где много воздуха. Поэтому и дом для своей семьи выбирала просторный, с большими окнами и минимумом предметов» (Грибкова Е. В тишине Переделкина // КД, № 9, декабрь 2015). «Красивые дома» – одна из первых удачных попыток создать отечественный журнал такой тематики.

«Проект Россия» рассматривает архитектуру в ее традиционном понимании: градостроительство, ландшафтно-парковая архитектура и непосредственно строительство зданий. Характерной чертой всех его

публикаций является детальный анализ одного объекта, а не группы схожих. Издание рассказывает о различных конкурсах архитектурных проектов, об инновациях в сфере архитектуры, выставках, конгрессах и многом другом. Каждый номер имеет главную тему, которая определяет содержание публикаций. Проект «Россия» редко затрагивает тему дизайна сооружений. Кроме прочего, «Проект Россия» нередко касается проблем подготовки квалифицированных специалистов в сфере строительства, обращая внимание на итоги проверок высших учебных заведений и результаты конкурсов молодых специалистов. К слову, о конкурсах журнал пишет часто, что говорит о том, что он ориентирован на определенную группу специалистов.

Журнал предлагает информацию и о последних исследованиях, связанных со строительством зданий, преимущественно практическую: поведение материалов в различных погодных и климатических условиях, выбор материалов при строительстве зданий различного целевого назначения и вопросы необходимых при строительстве расчетов.

«Проект Россия» также пишет о домах известных людей, однако большее внимание уделяет не внутреннему убранству, а истории строительства, особенностям выбранных материалов и планировки. Эти материалы можно встретить в рубрике «Монитор». Издание часто публикует на своих страницах планы зданий, чертежи и инфографику, подробно рассказывает о стилях в архитектуре, однако к фоновым знаниям обращается редко. В качестве примера приведем следующую публикацию: *«В отношении к своей работе архитекторам, как и людям других творческих профессий, свойственен энтузиазм. Доходит даже до того, что в порыве этого энтузиазма архитекторы начинают отрабатывать профессиональные приемы на себе – прежде всего на собственном жилье... Поскольку и западный и отечественный архитектурный авангард жил и творил в контексте кризисной или, в лучшем случае, депрессивной экономики, но при этом видел истинным заказчиком широкие слои населения, поиск новых моделей быта, как правило, сводился к оптимизации жилищных условий, что*

было призвано обеспечить минимальный комфорт как можно большему числу людей» (Бокова А. Эксперимент на себе: жилье архитекторов-модернистов // ПР, № 58, февраль 2011).

«Проект Россия» затрагивает и проблемы застройки городов, чаще всего в контексте истории. В издании можно встретить различные подходы к строительству «удобного» города, который будет благоприятен для жизни, рассмотрены минусы и плюсы застройки различных городов, представлены модели развития и будущее состояние поселений: *«Суть градостроительной деятельности сейчас сводится к совместной работе транспортников, промышленных географов и прочих специалистов технических и социологических профессий. Так или иначе, весь этот конгломерат крупных технических и научных специалистов прекрасно научился решать крупномасштабные задачи – расселение территорий, формирование новых городских агломераций и точек приложения труда, организация крупных транспортных потоков и другие. Однако дальше, когда в результате этой ученой и квалифицированной деятельности появляется заштрихованная на генплане территории, с ней надо что-то делать, расставлять и проектировать дома и все остальное, что уже нельзя спрятать на карте штриховкой оранжевого или зеленого цвета с обозначением этажности»* (Атаянц М. Заместительная терапия // ПР, № 79, март 2016).

Подчеркнем: «Проект Россия» реагирует на процессы, происходящие в стране: издание активно освещало строительство олимпийских объектов, подводило итоги олимпийской стройки, после присоединения Крыма к России обращалось к архитектурному пространству полуострова. Авторы не только обращаются к прошлому, но и регулярно пишут о современных постройках, например: *«Название первого сооружения, построенного на территории иннограда “Сколково”, – Гиперкуб – отсылает к математическому понятию гиперпространства, то есть пространства четырех и более измерений. Неизвестно, имел в виду Борис Бернаскони, присвоивший зданию это интригующее имя, рассказ культового*

*американского писателя-фантаста Роберта Хайнлайна “Дом, который построил Тил”. Но параллели напрашиваются» (Ситар С. Если бы iPhone был зданием // ПР, № 69, сентябрь 2013).*

Журнал «Красивые дома» сегодня является ведущим отечественным изданием об архитектуре и дизайне: за двадцатилетнюю историю он завоевал доверие своей аудитории и приобрел статус уважаемого издания. «Красивые дома» занимает пограничное положение между специализированным журналом, предназначенным для профессионалов, и изданием «для всех не обо всем». «Проект Россия» на протяжении исследуемого периода сохранял черты профессионального издания: авторами материалов часто являются специалисты и соискатели ученых степеней в области архитектуры, градостроительства, строительных наук из России, ближнего зарубежья, США и многих стран Европы, однако научные статьи журнал не публикует. С каждым годом количество рекламы и рекламных публикаций в нем стремительно возрастало.

## Выводы к главе II

Несмотря на типологические сходства и различия, в освещении темы архитектуры издания «Российская газета» и «Аргументы и факты» имеют общие черты: В федеральных выпусках количество публикаций об архитектуре минимально. Большую часть таких материалов содержат региональные приложения, которые в структуре общероссийского издания приобретают черты областной газеты.

Тема архитектуры в изданиях представлена преимущественно публикациями о вопросах градостроительства, местах туризма в России, социальных проблемах, связанных со строительством, где архитектура является материальной ценностью. Издания выполняют культурно-просветительские функции СМИ, рассказывая об историческом прошлом архитектурных памятников, вписывая их в историю России. В отличие о «Российской газеты», в «Аргументах и фактах» распространена

медиамистификация, т. е. недостоверная информация, вводящая аудиторию в заблуждение, которая подкреплена рядом правдоподобных доказательств.

Журнал «Красивые дома» публикует на своих страницах не только материалы об архитектуре в ее традиционном понимании, но и о внутреннем убранстве, элементах декора, отделочных материалах и мебели. Издание не подменяет понятия, но и не разделяет их, отмечая, что архитектура и дизайн должны дополнять друг друга. Такой подход является важной особенностью журнала, поскольку в последнее время специализированные издания об архитектуре все чаще заменяют понятие «архитектура» понятием «дизайн», вводя читателя в заблуждение. Главной целью «Красивые дома» ставит формирование у читателей эстетических ценностей. Красота, стиль и оригинальность – основные черты, на которые авторы публикаций прежде всего обращают внимание читателей. Кроме того, это издание акцентирует внимание на семейных ценностях: патриархальный уклад, многодетность, преемственность поколений. Журнал стремится побудить свою аудиторию к изменению жизненного пространства (слоган издания – «Начните строить вместе с нами») и научить ее самостоятельно принимать решения.

Журнал «Проект Россия» содержит публикации о развитии архитектурной мысли в России и за рубежом, активно пропагандирует сохранение архитектурных памятников в первоизданном виде, настаивает на их тщательной реставрации и критикует современный подход властей к этим проблемам. Авторы публикаций открыто указывают на недостатки градостроительной политики, проектные ошибки и многие другие. Однако издание не только критикует, положительные оценки здесь тоже нередки, как отрицательная, так и положительная оценка того или иного явления подтверждена четкой аргументацией. Словом, «Проект Россия» стремится развить у своей аудитории критическое мышление, умение видеть как недостатки, так и положительные моменты – объективно оценивать события, происходящие в сфере архитектуры. Журнал «Проект Россия» нередко касается проблем подготовки квалифицированных специалистов, обращая

внимание на итоги проверок высших учебных заведений и результаты конкурсов молодых специалистов. Издание рассказывает об инновациях в сфере архитектуры, что делает его источником достоверной и полезной информации для целевой аудитории.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Культура имеет огромное количество определений в различных областях знания, среди них можно предложить и такое: культура – это материализованное воплощение творческих способностей и ценностей человечества.

Средства массовой информации выполняют различные функции. Особое внимание привлекает культурно-просветительская функция, предполагающая участие СМИ как института культуры общества в пропаганде и распространении высоких культурных ценностей, воспитании людей на образцах общемировой культуры, что способствует всестороннему развитию человека. СМИ издавна участвуют в формировании мировоззрения человека и ценностных ориентаций общества, транслируют культурные достижения и во многом определяют характеристику тех или иных ценностей культуры.

Архитектура имеет непосредственное отношение к культуре. С одной стороны, как вид искусства, она входит в сферу духовной культуры, эстетически формирует окружение человека, выражает общественные идеи в художественных образах. С другой – архитектура удовлетворяет практические потребности человека в жилье и организации пространства, что делает ее частью материальной культуры. В публикациях СМИ архитектура может быть упомянута как часть духовной культуры, так и как часть культуры материальной. «Взгляд» периодического издания на архитектуру во многом зависит от его типа.

Существует множество типологических систем, которые позволят классифицировать печатные издания по различным признакам. Одним из них является ареал распространения, по этому признаку выделяют общероссийские и локальные издания. В современной системе российской печати важнейшую роль по-прежнему играют универсальные общероссийские газеты, которые в свою очередь можно разделить на качественные и массовые. Примером качественного издания является

«Российская газета» – общественно-политическое издание, официальный публикатор нормативных правовых актов и печатный орган Правительства Российской Федерации. Качественная пресса, в отличие от массовой, делает акцент на информирование и дальнейшую аналитику. Целью качественных СМИ является объединение аудитории и формирование общественного мнения относительно общественно-значимых проблем. Качественные газеты раскрывают наиболее острые социальные темы, предлагают экспертные оценки, демонстрируют и анализируют различные точки зрения. Качественные СМИ, предоставляя объективную информацию в полном объеме, позволяют читателю самому сделать выводы.

В ежедневном и еженедельном издании «Российская газета» тема архитектуры представлена публикациями, которые затрагивают социальные вопросы, связанные с архитектурой и строительством. Архитектура в публикациях этого качественного издания представлена как материальная ценность. Встречаются материалы, посвященные историко-культурным памятникам России (о зарубежной архитектуре издание пишет редко). В них архитектура – часть духовной культуры, которая воспитывает духовные ценности, позволяет многое узнать об истории и особенностях своей страны. Однако публикаций о социальных проблемах в издании намного больше, и это говорит о том, что аудитория в большей степени воспринимает архитектуру как материальную ценность.

«Аргументы и Факты» – общественно-политическая еженедельная газета – во много схожа в освещении темы архитектуры с «Российской газетой»: большая часть публикаций посвящена социальным проблемам. Однако материалов об архитектуре как о носителе духовных ценностей в «Аргументах и фактах» намного больше, чем в «Российской газете». «АиФ» ориентированы на усредненные интеллектуальные запросы аудитории, разнообразные интересы и вкусы, поэтому адаптирует сложные явления для понимания широкими массами без учета индивидуальных особенностей читателя (к таким особенностям относят образование, социальный статус и

уровень жизни). Поэтому на страницах издания можно встретить как качественные публикации об архитектуре, содержащие достоверную информацию об истории и культуре России, так и публикации сенсационного характера с элементами медиамистификации.

Специализированная пресса представляет собой совокупность изданий, каждое из которых акцентирует свое внимание на отдельной теме, благодаря чему занимает определенный сегмент или нишу в информационном пространстве. Специализированные издания являются полноценными участниками рынка, однако их роль и место в системе печати до сих пор неоднозначны. Некоторые исследователи вовсе называют их «второэтажными», поскольку в отличие от универсальных изданий, они не помогают читателю ориентироваться в важнейших процессах, происходящих в обществе, а это является едва ли не главной задачей СМИ.

Процесс возникновения и формирования специализированных изданий занял длительное время, сегодня система специализированной печати в России находится на стадии формирования и испытывает огромные экономические трудности, что в значительной мере сдерживает ее рост и дальнейшее развитие. Согласно данным отраслевого доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, рынок печатной периодики в России терпит огромные убытки. Исследователи уверены, что, если ситуация стабилизируется, система в скором времени существенно изменится и приобретет новые формы и модели [32, с. 96].

Интерес к изучению специализированных изданий об архитектуре за последнее десятилетие стал более заметным, поскольку этот сегмент печатной прессы с каждым годом все больше расширяется и видоизменяется.

Специализированные издания об архитектуре на рынке печатных СМИ России представлены преимущественно журналами, поскольку этот тип издания наиболее удобен для публикации специализированной информации. Развитие архитектурной науки в последние годы идет ускоренными темпами,

поэтому требует площадки для обсуждения и дискуссий, а также для обмена достоверными, проверенными, обоснованными и серьезными знаниями.

Специализированные издания об архитектуре «Красивые дома» и «Проект Россия» существенно отличаются друг от друга, несмотря на общую специализацию. «Красивые дома» ориентирован на более широкую аудиторию и затрагивает не только архитектуру (строительство), но и внутреннее убранство зданий. Однако на протяжении исследуемого периода издание эти понятия не подменяет, а, наоборот, делает акцент на их разнице, отмечая, что они обязательно должны дополнять друг друга. В этом состоит главная особенность журнала по сравнению с аналогичными по тематике. По мнению авторов журнала, красота, уют, стиль, удобство, оригинальность – главные нематериальные ценности архитектуры. Кроме того, авторы публикаций акцентируют внимание на семейных ценностях: патриархальный уклад, многодетность, преемственность поколений. На примере построек, о которых пишут авторы материалов, журнал «Красивые дома» стремится научить аудиторию самостоятельно обустраивать жилище, быть при этом оригинальными и не бояться экспериментов, кроме того, в издании публикуются практические советы: читателям демонстрируется широкий выбор вариантов и идей для вдохновения. Конечно, «Красивые дома» является узкоспециализированным изданием, поскольку его информационное поле включает только современные постройки (частные загородные, дома и квартиры, дачи, виллы, коттеджи, дома на воде и др.). Однако на рынке отечественных печатных изданий об архитектуре журнал занимает лидирующее место по количеству выпускаемых экземпляров, уступая только зарубежным изданиям.

«Проект Россия» ориентирован в большей степени на специалистов, работающих в сфере архитектуры, градостроительства и дизайна. Журнал хорошо известен как площадка для дискуссий и критики современной архитектурной мысли. Издание является активным участником и организатором выставок, форумов, фестивалей, посвященных

совершенствованию архитектурного пространства городов и более мелких населенных пунктов России. С одной стороны, здесь затрагиваются актуальные темы и освещаются события, интересующие профессионалов, с другой – издание лишено научности и доступно для понимания более широкой аудитории. Это делает его эксклюзивным на современном рынке отечественных печатных изданий об архитектуре.

«Проект Россия» рассматривает архитектуру в ее традиционном понимании: градостроительство, ландшафтно-парковая архитектура и непосредственно строительство зданий. Каждый номер имеет главную тему, которая определяет содержание публикаций. На страницах «Проекта Россия» архитектура представляет прежде всего материальную ценность, которая должна удовлетворять утилитарные потребности человека. Именно поэтому на первое место здесь всегда ставят удобство, экологичность и практичность. Тем не менее в публикациях об архитектурных памятниках авторы «Проекта Россия» иногда говорят и о духовной ценности архитектуры в контексте «русской души» и преемственности поколений.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акопов А. И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика. - Ростов-на-Дону, 2002. – 328 с.
2. Аргументы и факты. Медиакит, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: – <http://corp.aif.ru/page/141/>
3. Баранов Н. В, Бунин А. В, Большаков В. В. Всеобщая история архитектуры. М. Стройиздат, 1973. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mirknig.com/knigi/kultura/1181477424-vseobschaya-istoriya-arhitektury.html>
4. Большой энциклопедический словарь. - М. АСТ, 2008. - 148 с.
5. Варганова Е. Л. СМИ как отрасль современной экономики // Основы медиабизнеса под ред. Е. Л. Варгановой. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 236 с.
6. Веденеева Г. И. Духовные ценности и внутренний мир личности: механизмы трансляции. [Электронный ресурс]. Режим доступа: – <https://cyberleninka.ru/article/v/duhovnye-tsennosti-i-vnutrenniy-mir-lichnosti-mehanizmy-translyatsii>
7. Вежбицкий Ж. М. Архитектурная культура. Искусство архитектуры как средство гуманизации «второй природы», – СПб.: Издательский Дом «АРДИС», 2010. – 136 с.
8. Головин Ю. А. Журнальная периодика: типологические особенности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/zhurnalnaya-periodika-tipologicheskie-harakteristiki>
9. Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы. – М., 2001. – 336 с.
10. Гришанина А. Н. Человек в медиаполисе: обращение к вопросам сохранения духовного наследия. СПб. 2013. - С. 41-44.

11. Дивеева Н. В. Рекреативная функция популяризации науки и формы ее реализации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskiy-mediadiskurs-v-kontekste-rekreativnoy-zhurnalistiki>
12. Елисеева С. В. Архитектура как сфера – источник прецедентности в СМИ // Политическая лингвистика. – 2010. – № 1. – С. 100-115.
13. Жукова Д. А. СМИ как фактор формирования новых ценностей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-kak-faktor-formirovaniya-novyh-tsennostey>
14. Засурский Я. Н. Система средств массовой информации в России. М. 2003. – 209 с.
15. Зверева Е. А. Динамика развития российского журнального рынка в посткризисный период (2010-2011 гг.): типологический аспект. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/dinamika-razvitiya-rossiyskogo-zhurnalnogo-rynka-v-postkrizisnyy-period-2010-2011-gg-tipologicheskiiy-aspekt>
16. Иссерс О. С. Медиафейки: между правдой и мистификацией. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/mediafeyki-mezhdu-pravdoy-i-mistifikatsiey>
17. Костарев С. В. Урбанизация как фактор динамики культуры. Омский научный вестник, №5. 2012. – С. 233 – 237
18. Корконосенко С. Г. Проблема ценностного потенциала современной Отчественной прессы // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2012. – №1. – С. 318-325.
19. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. - М., 2010. – 226 с.

20. Коротич А. В. Архитектура как вид искусства: проблемы и перспективы // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. – 2008. – № 1. – С. 83-86.
21. Красивые дома. Медиакит, 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beautiful-houses.ru/>
22. Кузнецова Е. Г. Личностные ценности: понятие, подходы к классификации // Вестник ОГУ. – 2010. – № 10. – С. 20-24
23. Лим А. В. Медиакommunikации в условиях конкурентной среды // Материалы XIII научной конференции молодых ученых «Ломоносов-2006». Секция «Журналистика». – М., 2006. – с. 35-51.
24. Лим А. В. Специализированные издания как фактор развития бизнес-коммуникации. – М., 2006. – 234 с.
25. Лотман Ю. М. Архитектура в контексте культуры. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture)
26. Лях В. И. Культурогенез как концепт теории и истории культуры. Аналитика культурологии. 2011. – С. 24 – 35
27. Минервина Г. Б. Дизайн. Словарь-справочник. - М.: Архитектура, 2004. – 288 с.
28. Назарова М. П. Архитектурное пространство города: культурологический аспект. Известия ВГПУ. 2012. – С. 73-76.
29. Науменко Т. В. Функция журналистики и функции СМИ // CREDO. 2000. – №20.
30. Овсепян Р. Н. История отечественной журналистики: февраль. - М., Наука, 2005. – 352 с.
31. Орлов К. А. Средства массовой информации как инструмент гражданского общества. Вестник Южно – Уральского ГУ, №20. 2012. – С. 45 – 51
32. Отраслевой доклад 2015 «Российская периодическая печать, состояние, тенденции и перспективы развития». – М., 2015 – 128 с.



33. Отраслевой доклад 2016 «Российская периодическая печать, состояние, тенденции и перспективы развития». – М., 2016 – 146 с.
34. Отраслевой доклад 2017 «Российская периодическая печать, состояние, тенденции и перспективы развития». – М., 2017 – 135 с.
35. Поликарпова Е. В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. - Ростов-на-Дону, 2012. – 53 с.
36. Первухин А. А. Теоретические аспекты понятия «Медиамистификация». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/teoreticheskie-aspekty-ponyatiya-mediamicifikatsiya>
37. Распопова С. Л. Историко-культурное наследие и журналистика // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского.– 2012. – №1. – С. 335 – 338
38. Реснянская Л. Л. Современный этап развития газетно-журнальной периодики // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. - 2005. - № 4. – С. 14 – 25
39. Российская газета. Медиацит, 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://rg.ru/i/files/Presentation\\_RG\\_2013.pdf](https://rg.ru/i/files/Presentation_RG_2013.pdf)
40. Садикова Р. И. Глобализация и ее влияние на культуру. ФЭН-Наука, №3, 2014. – С. 45 – 49
41. Санакуев Н. Г. Аксиологический аспект информации в рамках современных коммуникативных теорий // Молодой ученый. - 2012. - № 12. – С. 310-313.
42. Семененко И. С. Культура, общество и образ России. М. Просвещение, 2011. – 213 с.
43. Ситар С. Архитектура внешнего мира. Искусство проектирования и становление европейских физических представлений – М. // Новое издательство, 2012. – 230 с.

44. Сугай Л. А. Термины «культура», «цивилизация» и «просвещение в России XIX – начала XX века. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://countries.ru/library/theory/cultsug.htm>
45. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. - М.: Аспект Пресс, 2010. – 352 с.
46. Туровский Р. Ф. Политическая регионалистика. М.: Издательство ГУ-ВШЭ, 2006. – 160 с.
47. Указ Президента РФ от 22 апреля 2013 года № 375. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi>
48. Шакирова Е. Ю. Общее представление о строении и динамике современного социокультурного пространства. Власть, 2013. – С. 113 – 116
49. Шакурова М. В. Социокультурное пространство как условие становления социокультурной идентичности личности. Академия, 2007. – С. 121 – 131
50. Шишкин Н. Э. Основы журналистики. - М., 2004 – 252 с.
51. Шкондин М. В. Типология периодической печати – М.: Аспект Пресс, 2009. – 236 с.
52. Шкондин М. В. Печатные СМИ: ресурсы публичности // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. – 2011. – № 5. – С. 7 - 21.
53. Шостак М. И. Журналы России // Вестник МГУ. Сер.10. Журналистика. – 2003. - № 2 – С. 43 – 56.
54. Шостак М. И. Система журнальной периодики – М., МГУ, 2003. – 187 с.
55. Холодова Л. П. Концепты современной теории архитектуры. Екатеринбург. Архитектон, 2008. – 66 с.
56. «AD. Architectural Digest» Медиакит, 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.admagazine.ru>
57. Project Russia. Медиакит, 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prorus.net>

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Атаянц М. Заместительная терапия . Проект Россия. – № 79, март 2016. – С. (условно) 69-79. – Женя, по этому образцу, пожалуйста, все остальное. Во всяком случае, по журналам.
2. Без подписи. Создана комиссия по дому Мельникова. Проект Россия, №69, сентябрь 2013.
3. Белов А. Конкурс для галочки. Проект Россия, июнь 2012.
4. Бокова А. Эксперимент на себе: жилье архитекторов-модернистов. Проект Россия, №58, февраль 2011
5. Бондаренко О. Сочи вместо Куршавеля. Российская газета – Неделя, №1, 12.01.2015.
6. Герасимова М. Мистическая Москва. Гуляют ли по столице призраки и где их можно встретить?. Аргументы и факты, №44, 28.10.2015.
7. Голубкова М. Нелегкое наследие. Тель-Авив научит петербуржцев ценить архитектурный авангард. Российская газета – Неделя, №33, 22.08.2013.
8. Грибкова Е. В тишине Переделкина. Красивые дома, №9, декабрь 2015.
9. Грибкова Е. Модерн XXI века. Красивые дома, №2, март 2015.
10. Зайков Н. 8 метров простора. Сибиряки обитают в самых маленьких квартирах России. Российская газета, №283, 13.12.2015.
11. Иванушкина П. Верить легко и свободно. Простая прихожанка спасла храм от разрушения. Аргументы и факты, №19, 07.05.2014.
12. Колесниченко А. Общее место. Почему общежития Курска не входят в программу капремонта. Аргументы и факты, №48, 30.11.2016.

13. Колесниченко А. Тайны кремлевской квартиры Ленина. Как скромно жил и изнуряющее работал в 300-метровой квартире в Москве вождь мирового пролетариата. Аргументы и факты, №3, 21.01.2014.
14. Кононова С. Детский дом в Немецких Альпах. Красивые дома, №4, май 2013.
15. Кононова С. Кипарисовый рай. Красивые дома, №8, октябрь 2012.
16. Кононова С. Новая эстетика стародачных мест. Красивые дома, №1, январь-февраль 2016.
17. Кононова С. Раскрывая пространство. Красивые дома, №8, октябрь 2013.
18. Кононова С. Стильная реконструкция. Красивые дома, №7, август 2014.
19. Кузнецов С. Дворец и дворик. Российская газета, №41, 21.02.2014.
20. Молоткова П. 6 соток в осаде. Садоводам грозят непомерные расходы. Аргументы и факты, №14, 08.04.2014.
21. Петров И. Нежилая площадь. Зачем Курску еще один торговый центр? Аргументы и факты, №51, 18.12.2013.
22. Петров И. «Появится ли в Курске музей Малевича?». Аргументы и факты, № 10, 05.03.2014.
23. Писаренко Д. Стройка века. Можно ли будет доехать на автомобиле из Лондона в Нью-Йорк? Аргументы и факты, №31, 01.08.2012.
24. Позднякова М. Святые пещеры. В подземном некрополе покоятся 10 000 человек. Аргументы и факты, №1-2, 11.01.2014.
25. Ситар С. Если бы iPhone был зданием. Проект Россия, №69,

сентябрь 2013.

26. Скрипка А. Убрали с дороги. В Белгороде центр города «разгрузили» платные парковки. Российская газета – Неделя, №45, 27.11.2014.

27. Скудаева А. Шаговая доступность. В Костроме решат судьбу исторического пруда. Российская газета – Неделя, №46, 13.11.2014.

28. Снигирев Ю. Дворец для любимой учительницы. Бизнесмен построил замок и открыл в нем школу. Российская газета – Неделя, №50, 13.12.2013.

29. Сосновский Д. По следам Дамы с собачкой и Лиходеева. Российская газета, №141, 26.06.2014.

30. Хоменко А. Как зарядить парк в Зарядье, или История о том, как архитектурными средствами выразить суть русского характера и загадочность русской души. Проект Россия, №86, апрель 2016.

31. Чистякова А. Не трогайте дом Пикуля. Аварийное здание, в котором жил писатель, может пойти под снос. Российская газета – Неделя, №42, 20.10.2016.