

Е.В.Михайлова, А.В.Штрейс

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК PR-ИНСТРУМЕНТ НА ПРИМЕРЕ ТВИТТЕРА И ИНСТАГРАМА ПЕВЦА ДМИТРИЯ МАЛИКОВА

Социальные сети пронизывают все сферы жизни человека. Миллионы людей подписываются на аккаунты известных людей, чтобы следить за их жизнью в большей мере, чем за их творчеством — это известная формула. Стать популярным через социальные сети с помощью востребованного контента — уже известный феномен таких медиа. Для публичного человека есть необходимость среди первых овладеть этими медиановинками. И сегодня если вас нет в соцсетях, значит, вы не существуете как публичный человек. То есть задача такова: выработать специфический способ потребления медиа в эпоху соцсетей. Особенно остро эта задача актуализируется, когда публичному человеку необходимо возродить популярность, что удается далеко не каждому. Авторы статьи рассматривают именно такой пример: как «зажечь звезду» снова на примере активности Дмитрия Маликова в социальных сетях.

Ключевые слова: PR, пиар, связи с общественностью, социальные сети, социальные медиа, Instagram, Twitter, YouTube, твиттер, ютуб, инстаграм, Дмитрий Маликов, тандем

Канадский философ Маршалл Маклюэн в работах «Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего» (1962) и «Понимание Медиа: Внешние расширения человека» (1964) на примере письменности и книгопечатания показал, что влияние коммуникационных технологий на организацию когнитивных процессов в обществе определяет качественное состояние социума как соответствующего способа восприятия и потребления медиа [1, 2]. Иными словами, каждому новому формату медиа соответствует свой способ потребления медиа.

Вместе с тем, в силу психологической инерции на практике существует временной лаг между появлением нового формата медиа и переходом на соответствующий ему способ потребления медиа. Например, Ленин, как никто другой понимавший силу СМИ и эффективно использовавший её в политической борьбе, в 1920 году определял радио всего лишь как «газету без бумаги и «без расстояний».

На своем опыте журналистской деятельности современный медиадатель Алексей Венедиктов, анализируя влияние новых средств коммуникации, образно сформулировал своё видение проблемы: «Когда начинал в доинтернетовскую эпоху, это было как зарождение жизни: мы плавали в воде. Соответственно, и правила поведения были для водоплавающих. Появился интернет — мы выползли на сушу. Правила изменились. Возможности изменились. А с соцсетями мы поднялись в воздух — другая информационная среда, уже крылья появились. Другое поведение и другое потребление».

Действительно, социальные сети — уже неотъемлемая часть существования персоны в современном мире. Первоочередная цель социальных медиа расширилась и теперь с их помощью можно не только общаться на расстоянии, но также показать всему миру себя, свои таланты и возможности — на площадках Инстаграм, Твиттер, Фейсбук, а в России к этому списку еще добавляется ВКонтакте. По данным аналитического агентства We Are Social и крупнейшей SMM-платформы Hootsuite, аудитория социальных сетей в 2018 году в мире насчитывает 3,2 миллиарда человек: у Фейсбук 2,2 миллиарда пользователей, на втором месте расположился Ютуб с 1,5 миллиардами профилей, на третьем Инстаграм и Твиттер (880 и 330 миллионов пользователей соответственно). Qzone и Sina Weibo — платформы, которыми, в основном, пользуются в Китае [3].

Социальные сети изменили мир, сделав его ближе, проще и быстрее. Теперь без труда можно узнать, чем занимается друг на Дальнем Востоке, Элтон Джон в Британии и Дональд Трамп в США. Все это можно сделать при помощи соцсетей, если пользователь подписан на того или иного человека в одной из платформ. Для медийных персон мир изменился еще кардинальнее, теперь у них появилась возможность напрямую взаимодействовать с аудиторией, и это стало практически революцией в мире, особенно в шоу-бизнесе и политической сфере. Социальные сети сделали то, что не под силу ни одному СМИ и официальным сайтам, они сократили расстояние настолько, насколько это возможно между знаменитостью и его поклонниками. Тем самым медиа платформы дали огромное преимущество лидерам общественного мнения в виде эксклюзивного контента, большей узнаваемости и дополнительного заработка в форме рекламных контрактов. Иногда социальные сети творят чудеса и исполняют мечты, есть масса примеров, когда медийные или высокопоставленные лица что-то узнавали из соцсетей и участвовали в дальнейшей судьбе человека, ситуации (*Шарль Азнавур познакомился с поклонницей-бабушкой*) [4]. Исполняться мечтам помогают не только селебрити, но и массовая поддержка пользователей сети, благодаря которым в несколько секунд мир может узнать о большой беде или радости [5, 6], помочь стать известным и даже остаться в живых как в физическом смысле, так и в смысле сценического долголетия.

О последнем как раз и пойдет речь. Совсем непросто стать снова успешным и знаменитым, сегодняшний мир так быстр, что вчерашние актуальные темы кажутся уже пережитками прошлого. Если это происходит с недавними событиями, то с событиями годовой давности все еще печальнее. Все российское

медиапространство усеяно звездами эстрады, блогерами, актёрами, которые делают что-то заметное сейчас, в эту минуту и секунду, прошлому места нет. Но иногда оно все-таки вновь становится актуальным, как произошло в 2015 году с Дмитрием Маликовым. Певец и композитор, в 1988 году он стал «Открытием года», в 1990 году собрал СК «Олимпийский». Дмитрий стал огромным любимцем публики в 90-х годах, следы его популярности тянулись до нулевых. И если в лихие 90-е он достигал бешеной популярности, и ему бесконечно приходили мешки с письмами, то к 2008 году популярным его едва ли можно было назвать. У Маликова остается своя преданная аудитория, но получить прежнюю востребованность ему не удавалось вплоть до 2015 года.

24 октября 2015 года Дмитрий в Твиттере напрямую обратился к своим подписчикам и поинтересовался, как у них идут дела (на фоне неутраченного экономического кризиса), дословно: «Как у Вас дела вообще? Тяжеловато приходится? Или ничего?» [7]. Твит репостнули журналист Олег Кашин, а потом он дальше в виде скриншота вихрем прошелся по социальным сетям и развлекательным сайтам. Твит стал известным мемом, а сам Маликов благодаря ему множество раз был упомянут в СМИ. Певец продолжает до сих пор общаться с публикой, обращается к ней и отвечает пользователям на твиты с иронией и юмором [8]. Перед Новым годом он выложил на Ютуб минутный ролик «Новогоднее обращение к рублю», где также делает отсылку к своему твиту #тяжеловато, который уже стал ассоциироваться только с героем публикации твита. В своем обращении Маликов просит рубль не падать [9]. И снова Маликов со своим твитом и теперь уже роликом попал в многочисленные СМИ. К концу 2015 года Маликов упоминается в СМИ более 30 раз и дает несколько интервью, объясняя свою внезапную популярность. Дмитрий Маликов обращается к эмоциям аудитории и умело берет на вооружение юмор в коммуникации. Эмоция радости, альтернативная эмоция страха, тоже может быть эффективно задействована в продвижении — юмор позволяет обесценить значимость сложностей и проблем, наполняющих существование человека, запускает механизм психологической защиты от тягот жизни [2].

Этот приём существования в соцсетях можно назвать техникой апеллирования — «адресации к социуму». Она обращена к эмоциональной сфере аудитории, минуя рациональную, в частности, используется одна из самых сильных эмоций — страх (или даже триада эмоций «гнев — страх — ужас»). Методом апеллирования к общественной потребности часто пользуются в СМИ и политике [10, с. 481].

К началу 2016 года Дмитрий Маликов занимает почти пустую нишу — Твиттер, который в России переживает не лучшие времена, так как все медийные лица переселились в Инстаграм. Своеобразие социальной сети Твиттер заключается в том, что он негласно подразделяется на политическую и развлекательную тематику, туда люди идут за короткими новостями, жизненными историями, юмором. В большинстве своем для молодой аудитории Твиттер — это стендап, написанный в микроблоге. Стендап-комедия — комедийное искусство, в котором комик выступает прямо перед живой аудиторией, обращаясь к ней напрямую. В нашем случае «комедии» выражаются в забавных ситуациях, произошедших с владельцем аккаунта. К Маликову идут за этим же, он это понимает и дает публике то, что нужно. Также артист осознает отличие социальных сетей друг от друга и каждую ведет в соответствии со сложившимися в ней канонами. В оценке Дмитрия Маликова «социальные сети очень сильно разделены. О происходящем в твиттере не знают люди, которые живут в фейсбуке. События фейсбука абсолютно непонятны тем, кто живет в инстаграме. Вообще, я уже могу лекции читать по маркетингу в социальных сетях. В инстаграм нужно вешать правильную фотографию. В фейсбук — желательно что-то ностальгическое. Твиттер — это молодежь, это резкость, это дерзость. “Контакт” вообще помойка».

Ещё один приём существования в соцсетях — техника провокации как принцип продвижения брендов и поведения личностей-брендов. Ключ успешности Маликова в Твиттере состоит в характере общения со своими подписчиками: преимущественно шуточно, дерзко, иронично, не избегая разговора о серьезном, резонансном и важном, волнующем народ. Дмитрий Маликов признаёт, что в Твиттере ему приходится вести себя провокационно. Один из примеров: «Попался на очи царские клип Бузовой... А посему повелеваю: Указом царским высечь Ольку на конюшне аки срамную девку, дабы другим неповадно было!» [11]. На этот твит в 2017 году отреагировало множество СМИ, и было написано более 25 новостных заметок с такими же провокационными заголовками: «Маликов захотел высечь Бузову» [12], «Забывший о дочери Маликов повелел высечь “срамную” Бузову» [13], Посмотрев клип Бузовой, Дмитрий Маликов захотел высечь ее «как срамную девку» [14]. СМИ фиксировали рост количества подписчиков, когда выдавали очередную новость о Твиттере Маликова: в 2015 году — 250 тысяч, в феврале 2017 года — 412 тысяч, с августа 2017 — более 650 тысяч и к марту 2018 года — 998 тысяч подписчиков [15].

Третий приём успешного существования певца в соцсетях — техника тандема, или коллаборация, сотрудничество, т.е. процесс совместной деятельности в какой-либо сфере двух и более людей или организаций для достижения общих целей через обмен знаниями, обучение и достижение согласия. В конце 2015 года Дмитрий Маликов вступает в сотрудничество с рэпером Dino MC и выпускает песню #тяжеловато [16]. Этот релиз также сопровождается десятками новостных публикаций в СМИ. В 2016 году певец продолжает писать в Твиттере и с переменным успехом выдавать мемы. Инстаграм Дмитрий тоже ведет, но он менее успешен, чем ранее упомянутый ресурс. Но Маликов не останавливается на достигнутом и даже не собирается снова стать забытым. После всех событий он четко понимает, что он хочет быть узнаваемым не только у женщин категории 40+, но и у молодежи, к этому он в дальнейшем и стремится. Успешной попыткой становится сотрудничество с

известным видеоблогером и рэпером Хованским. В 2017 году они выпускают трек и клип «Спроси у своей мамы» [17], который на сегодняшний день набрал 25 миллионов просмотров, что становится личным рекордом как для Дмитрия Маликова, так и для Хованского. До этого дуэта видео Юрия Хованского набирали от 200 тысяч до 1 миллиона просмотров. Так как Дмитрий и Юрий — абсолютные противоположности друг друга, их дуэт оказался неожиданным для всех и вызвал немалый интерес у пользователей сети и СМИ. Позже они выпустили еще один коллаб, но с меньшей успешностью, сейчас видео на трек «Под бой курантов» набрало 3,9 миллионов просмотров.

Постепенно начинает набирать популярность аккаунт Дмитрия Маликова в Инстаграм. С 2018 года Дмитрий начинает активно выкладывать вайны (короткие видеоролики до 1 минуты, обычно содержат юмор). В рамках этой площадки он тоже сотрудничает с известными вайнерами Андреем Глазуновым, у которого 1,8 миллионов подписчиков, и с Наташей Ящук с аудиторией в 1,9 миллионов поклонников. Это сотрудничество определенно имеет успех, за последний месяц на аккаунт Маликова подписались около 25 тысяч человек, совместные вайны набирают миллионы просмотров, в то время как личные вайны Дмитрия пока набирают только 200—300 тысяч просмотров. Но по сравнению с 2016 и 2017 годом это — большой успех, среднее количество лайков тоже выросло, если посты до середины 2017 года набирали до 3 тысяч лайков, то сейчас от 10—20 тысяч лайков.

Сегодня у Дмитрия Маликова в социальных сетях много последователей: в Твиттере — 998 тысяч, в Инстаграме — 385 тысяч. Не каждые его твиты становятся мемами, но если становятся, то надолго запоминаются. В Инстаграме у суперзвезды 90-х тоже дела идут на лад. Теперь Дмитрий Маликов заявляет себя не только как певец и композитор, но и как блогер. Блогер, который получил премию «Лучший блогер-2017» по версии интернет-портала для женщин и который подписал контракт с ведущим продюсерским центром артистов в социальных сетях [18].

С возросшей популярностью в социальных сетях Дмитрий Маликов становится постоянным героем новостей, он побывал на самых популярных интернет-площадках и шоу Биг Рашен Босс, Дудь, Версус. Сейчас ему поступают предложения о сотрудничестве и доступны рекламные контракты. Маликов успешно идет к своей цели — не быть звездой ушедших 90-х. Из его коллег по цеху такое пока никому больше не по силу, все сидят на «Субботном вечере» и поют свои «старые песни о главном», пока Маликова узнают на улице и просят сэлфи молодые и «вирусные».

Кроме этого, есть и другие успешные примеры тактики Маликова, например, отталкиваться от своего прошлого и шутить об этом, вместе с тем делая коллабы с молодыми успешными людьми. Например, Сергей Дружко, который вел передачу «Необъяснимо, но факт» в апреле 2017 года начал выпускать на Ютубе шоу под названием Дружко-шоу, которое в считанные дни стало популярным как канал в 2,7 миллиона подписчиков. В августе 2017 года Сергей Дружко вместе с Эльдаром Джараховым выпустил видео «Поезд хайпа», которое финансировалось брендом «Клинское» и набрало 24 миллиона просмотров. Помимо канала на Ютубе, у Дружко есть аккаунт в Инстаграме с 281 тысячей подписчиков. Блогер так же обращается к публике, забавляет ее, но он не на столь короткой ноге со зрителем, как Маликов. Кроме того, в силу того, что выпуски Дружко-шоу выходят реже, люди его начинают забывать, и он все реже появляется в повестке дня.

Проследив последние годы шоу-бизнеса, можно с уверенностью сказать, что он все больше и больше интегрируется с социальными сетями. А PR-приемы прекрасно работают в социальных медиа, и последние дают большой размах и новые возможности PR-специалистам и владельцам аккаунтов. Медиаплатформы и интернет влияют на тренды и жизнь теперь так же, как и телевидение. Например, Филипп Киркоров вместе с Иваном Ургантом делают пародию на влог, Игорь Николаев участвует в пародии на известную песню «Розовое вино» с Иваном Ургантом, Федуком, Александром Гудковым и Юрием Дудем. Пример существования в соцсетях певца Дмитрия Маликова — это обретение популярности у массовой аудитории посредством реализации таких PR-приемов, как завоевания этой самой аудитории через апелляцию к ней, провоцирование её и тандем с самыми неожиданными партнёрами.

1. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника Центр, 2003. 432 с.
2. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В.Г. Николаева. М.: Гиперборей; Кучково поле, 2007. 464 с.
3. Сергеева Ю. Интернет 2017—2018 в мире и в России: статистика и тренды [Электр. ресурс] // WebCanape. URL: <https://www.webcanape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (дата обращения: 14.04.2018).
4. Бабушка Лида все-таки встретила с Шарлем Азнавуром [Электр. ресурс] // Радио «Эхо Москвы». URL: <https://echo.msk.ru/blog/echomsk/1535804-echo/> (дата обращения: 23.04.2018).
5. 10 реальных случаев, когда Фейсбук спас жизнь человеку! [Электр. ресурс] // Без остановки. URL: <http://bezostanovki.ru/potyasno/10-realnyh-sluchaev-kogda-fejsbuk-spas-zhizn-cheloveku.html> (дата обращения: 28.04.2018).
6. Twitter помог спасти человека [Электр. ресурс] // 4apple.org. URL: <http://4apple.org/news/apple/1224-twitter-pomog-spasticheloveka.html> (дата обращения: 28.04.2018).
7. Дмитрий Маликов [Электр. ресурс] // Twitter. URL: <https://twitter.com/dmitrymalikov/status/657869654828912640> (дата обращения: 28.04.2018).
8. Дмитрий Маликов [Электр. ресурс] // Twitter. URL: <https://twitter.com/DmitryMalikov/status/677808812150169600> (дата обращения: 28.04.2018).
9. Дмитрий Маликов «Новогоднее обращение к рублю» [Электр. ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hnBUQ35s2Pc> (дата обращения: 28.04.2018).

10. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2010. 560 с.
11. Дмитрий Маликов [Электр. ресурс] // Twitter. URL: <https://twitter.com/dmitrymalikov/status/867984759204356096> (дата обращения: 28.04.2018).
12. «Маликов захотел высечь Бузову» [Электр. ресурс] // Ulro.ru. URL: <https://ulro.ru/articles/2017/05/26/1328394.shtml> (дата обращения: 28.04.2018).
13. «Забывший о дочери Маликов повелел высечь “срамную” Бузову» [Электр. ресурс] // Eg.ru. URL: <https://www.eg.ru/showbusiness/67457/> (дата обращения: 28.04.2018).
14. «Посмотрев клип Бузовой, Дмитрий Маликов захотел высечь ее «как срамную девку» [Электр. ресурс] // Космополитен. URL: <https://www.cosmo.ru/stars/news/26-05-2017/posmotrev-klip-buzovoy-dmitriy-malikov-zahotel-vysech-ee-kak-sramnyuyu-devku/> (дата обращения: 28.04.2018).
15. Дмитрию Маликову тяжело приходится в Твиттере [Электр. ресурс] // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/18337-dmitriyu-malikovu-tyazhelovo-prihoditsya-v-tvittere> (дата обращения: 28.04.2018).
16. Дмитрий Маликов и Dino MC 47. Премьера песни «Тяжеловато» [Электр. ресурс] // Афиша Daily. URL: <https://daily.afisha.ru/music/222-premera-pesni-tyazhelovato/> (дата обращения 28.04.2018).
17. MC Хованский & Дмитрий Маликов — Спроси у своей мамы [Электр. ресурс] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LCGhJEpxjSg> (дата обращения 28.04.2018).
18. Дмитрий Маликов трепещет перед мощью блогеров [Электр. ресурс] // TNT MUSIC. URL: <https://tntmusic.ru/3442-dmitrii-malikov-trepeshet-pered-moshyu-bloggerov/> (дата обращения 28.04.2018).

References

1. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy. Toronto, University of Toronto Press, 1962. (Russ. ed.: (Russ. ed.: Maklyuehn M. Galaktika Gutenberga: Sotvorenie cheloveka pechatnoy kul'tury The Gutenberg Galaxy. Kiev, Nika Tsentr Publ., 2003. 432 p.).
2. McLuhan M. Understanding Media (Routledge Classics). London, Routledge, 2001. (Russ. ed.: Maklyuehn M. Ponimanie Media: vneshnie rasshireniya cheloveka. Moscow, Giperboreya; Kuchkovo pole Publ., 2007. 464 p.).
3. Sergeeva Yu. Internet 2017—2018 v mire i v Rossii: statistika i trendy [Internet in 2017-2018 in the world and in Russia: statistics and trends]. Available at: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (accessed 14.04.2018).
4. Babushka Lida vse-taki vstretilas' s Sharlem Aznavurom [Babushka Lida meets her idol, singer Charles Aznavour]. Available at: <https://echo.msk.ru/blog/echo/1535804-echo/> (accessed 23.04.2018).
5. 10 real'nykh sluchaev, kogda Feysbuk spas zhizn' cheloveku! [10 Amazing Stories Of People Being Saved By Facebook] Available at: <http://bez-ostanovki.ru/potryasno/10-realnyh-sluchaev-kogda-feysbuk-spas-zhizn-cheloveku.html> (accessed 28.04.2018).
6. Twitter pomog spasti cheloveka [Twitter helped to save someone's life]. Available at: <http://4apple.org/news/apple/1224-twitter-pomog-spasti-cheloveka.html> (accessed 28.04.2018).
7. Dmitriy Malikov. Twitter account. Available at: <https://twitter.com/dmitrymalikov/status/657869654828912640> (accessed 28.04.2018).
8. Dmitriy Malikov. Twitter account. Available at: <https://twitter.com/DmitryMalikov/status/677808812150169600> (accessed 28.04.2018).
9. Dmitriy Malikov “Novogodnee obrashchenie k rublyu” [New Year appeal to the ruble]. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=hnBUQ35s2Pc> (accessed 28.04.2018).
10. Dushkina M.R. PR i prodvizhenie v marketinge: kommunikatsii i vozdeystvie, tekhnologii i psikhologiya [PR and promotion in marketing: communication and impact, technology and psychology]: Uchebnoe posobie. Saint Petersburg, Piter Publ., 2010. 560 p.
11. Dmitriy Malikov. Twitter account. Available at: <https://twitter.com/dmitrymalikov/status/867984759204356096> (accessed 28.04.2018).
12. Malikov zakhotel vysech' Buzovu [Malikov wanted to whip Buzova]. Available at: <https://ulro.ru/articles/2017/05/26/1328394.shtml> (accessed 28.04.2018).
13. Zabyvshiy o docheri Malikov povelel vysech' “sramnyuyu” Buzovu [Malikov, who forgot about his daughter, ordered to whip the “shameless Buzova”]. Available at: <https://www.eg.ru/showbusiness/67457/> (accessed 28.04.2018).
14. Posmotrev klip Buzovoy, Dmitriy Malikov zakhotel vysech' ee “kak sramnyuyu devku” [Having watched Buzov's videoclip, Malikov wanted to whip her like a “shameless girl”]. Available at: <https://www.cosmo.ru/stars/news/26-05-2017/posmotrev-klip-buzovoy-dmitriy-malikov-zahotel-vysech-ee-kak-sramnyuyu-devku/> (accessed 28.04.2018).
15. Dmitriyu Malikovu tyazhelo prikhodit'sya v Tvittere [Twitter is difficult for Dmitry Malikov]. Available at: <https://tjournal.ru/18337-dmitriyu-malikovu-tyazhelovo-prihoditsya-v-tvittere> (accessed 28.04.2018).
16. Dmitriy Malikov i Dino MC 47. Prem'era pesni “Tyazhelovato” [Dmitriy Malikov & Dino MC 47. The premiere of the song “It's rather difficult”]. Available at: <https://daily.afisha.ru/music/222-premera-pesni-tyazhelovato/> (accessed 28.04.2018).
17. MC Khovanskiy & Dmitriy Malikov — Sprosi u svoey mamy [MC Khovansky & Dmitry Malikov — Ask your mom]. YouTube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=LCGhJEpxjSg> (accessed 28.04.2018).
18. Dmitriy Malikov trepeshchet pered moshch'yu bloggerov [Dmitry Malikov trembles before the power of bloggers]. Available at: <https://tntmusic.ru/3442-dmitrii-malikov-trepeshet-pered-moshyu-bloggerov/> (accessed 28.04.2018).

Mikhailova E.V., Shtreys A.V. Social networks as a PR tool on the example of Twitter and Instagram accounts of Dmitry Malikov. The social networking phenomenon has become firmly entrenched in person's professional and personal life. Millions of people subscribe to the accounts of famous people to get a glimpse into their private life. Celebrities also have a reputation and online presence to maintain in order to increase and maximize their audience. The authors consider the example of regaining popularity on the example Dmitry Malikov's Twitter and Instagram activity.

Keywords: PR, public relations, social networks, social media, Instagram, Twitter, YouTube, Instagram, Dmitry Malikov, tandem.

Сведения об авторах: Е.В.Михайлова — кандидат пед. наук, доцент, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, филологический факультет, кафедра журналистики, pro53region@gmail.com; А.В.Штрейс — студент, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, филологический факультет, a.shtreys@yandex.ru.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 25.06.2018.