



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»
<https://su-journal.ru>

2025, № 7 / 2025, Iss. 7 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 81`42

Медиакоды экзамена в специализированном журналистском тексте (на материале «Учительской газеты»)

¹ Попова Е.А.

¹ *Российский государственный гуманитарный университет*

Аннотация: статья посвящена изучению медиакодов (парадигматических составляющих медийного дискурса) в российской педагогической аксиологии на примере «Учительской газеты» последних двух десятилетий в связи с обсуждениями ЕГЭ. Направленность «Учительской газеты» на аксиологические аспекты позволяет взглянуть на медиакоды не только как на монологичный процесс текстопорождения, но и как на полилогическую концептосферу в трехслойном пространстве гражданского общества с его этической рефлексией и практическим социокультурным взаимодействием.

Актуальность исследования определяется насущной необходимостью глубокого анализа педагогической журналистики и осознания того, как смысл существующей в образовательном пространстве реалии транслируется широкой аудитории и как ею воспринимается. Целью исследования было установление влияния в педагогической журналистике медиакодов (на примере концепта «экзамен») на формирование ценностных установок общества и осмысление обществом новых реалий в образовательном процессе.

В этом контексте аксиология фокусируется на выявлении и анализе образовательных ценностей, выраженных соответствующими медиакодами в специализированных текстах образовательной тематики. Метафорическая основа медиакодов связана не только с жанровой принадлежностью статей и обсуждений – ее во многом определяет творческий журналистский состав издания, связанный с историей и традициями отечественной педагогической прессы.

Ключевые слова: экзамен, медиакод, медиа, педагогическая журналистика, аксиология, «Учительская газета»

Для цитирования: Попова Е.А. Медиакоды экзамена в специализированном журналистском тексте (на материале «Учительской газеты»): // Современный ученый. 2025. № 7. С. 103 – 109.

Поступила в редакцию: 11 марта 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 7 мая 2025 г.; Принята к публикации: 6 июля 2025 г.

Exam media codes in a specialized journalistic text (based on Uchitelskaya gazeta)

¹ Popova E.A.

¹ *Russian State University of the Humanities*

Abstract: the article examines media codes (paradigmatic elements of media discourse) within the framework of Russian pedagogical axiology using the past two decades of *Uchitelskaya gazeta* (*Teacher's newspaper*) coverage of the Unified State Exam as a case study. By focusing on axiological aspects, *Uchitelskaya gazeta* presents media codes not merely as monological text production, but as a polylogical sphere in civil society's three-layered space of ethical reflection and sociocultural interaction.

This research is relevant due to the critical need for in-depth analysis of pedagogical journalism and its ability to effectively communicate and convey the meaning of culturally specific elements to a diverse audience. The goal of this study was to establish the influence of media codes (using the example of the “exam” concept) in pedagogical journalism on the formation of the system of values in the society and social comprehension of new culture-specific elements in the educational process.

This context sees axiology analyzing and identifying educational values as expressed in specialized educational texts’ media codes. The metaphorical basis of media codes is influenced not only by the genre conventions of articles and discussions but also significantly by the creative staff of a certain newspaper or magazine associated with history and traditions of Russian pedagogical printed media.

Keywords: exam, media code, media, pedagogical journalism, axiology, «Uchitelskaya gazeta»

For citation: Popova E.A. Exam media codes in a specialized journalistic text (based on Uchitelskaya gazeta). Modern Scientist. 2025. 7. P. 103 – 109.

The article was submitted: March 11, 2025; Approved after reviewing: May 7, 2025; Accepted for publication: July 6, 2025.

Введение

Возникший сравнительно недавно аксиологический подход к изучению медиа позволяет не только создавать модель текста, но детально раскрывать его ценностное содержание и даже проектировать модель ценностного сознания человека.

В.А. Поликарпова выделяет аксиологическую (аксиологически-к创ативную) функцию массмедиа как одно из актуальных направлений современных философских и социологических исследований [6]. По мнению В.А. Сидорова, аксиология массмедиа может рассматриваться как новое научное направление для исследования, при этом формирующаяся дисциплина является прикладной по отношению к философской теории ценностей [9]. К.Р. Нигматуллина пишет о пересечении аксиологии и журналистики как двух гуманитарных наук, использующих в своей методологии такие онтологические категории как ценности [5]. А.В. Андреева заявляет о необходимости новых подходов к исследованию медиа и созданию соответствующего методологического аппарата [1].

В современном мире, где информация играет ключевую роль в формировании общественного мнения, восприятия и порождения новой реальности, особое внимание необходимо уделить медиакодам в специализированных журналистских текстах, которые представляются наиболее надежным и точным способом исследования ценностной базы публицистического текста как отражения определенного мировоззрения.

Медиакод журналистского текста педагогической направленности может быть определен как емкое, совокупное, образное представление и одновременно способ выражения идеи, правил, традиций, методов, практик в сфере образования и воспитания. Медиакоды, хранящие культурные и исторические коды, становятся носителями лич-

ных и коллективных смыслов, и через публицистику они предстают в новом свете – как отражение интеллектуальных запросов общества, народного самосознания. Медиакод – сущность бытования кода в журналистском тексте как отражение его валентности и актуальности. Если перефразировать Р. Барта, чтение журналистского текста – это «путешествие сквозь медиа-коды» (в оригинале «путешествие через семиологию») – беглость чтения читателя, ищущего актуальную для себя информацию [2]. Коннотационные уровни означающего, как отмечал Барт, тесно взаимодействуют с культурой, знаниями, историей, и именно через них, так сказать, окружающий мир вторгается в лингвистическую и семантическую систему (фрагменты идеологии).

В качестве примера рассмотрения аксиологического содержания медиакода автором предпринята попытка исследования когнитивного концепта «экзамен», который образует социокультурные, предметные, творческие и иные коды, влияющие на восприятие процесса обучения и оценки знаний учеников. Освещается проблематика единого государственного экзамена (ЕГЭ), ставшего в современной образовательной системе неотъемлемой частью процесса обучения, ключевым элементом системы оценки знаний выпускников школ и абитуриентов России, инструментом мониторинга знаний, средством социального отбора, а также способом отражения социальных, культурных, образовательных и нравственных ценностей общества.

На наш взгляд, существуют три главные формы коммуникативной ситуации, сложившейся вокруг концепта «экзамен» в образовательном медийном дискурсе: 1) нижняя (со стороны детей), 2) центральная (со стороны родителей, журналистов) и

3) верхняя (приказы министерства, пояснения разработчиков).

Материалы и методы исследований

Материалами послужили тексты издания «Учительская газета» с 2000 года по настоящее время, что было обусловлено временем возникновения, внедрения и существования ЕГЭ в системе образования. Методы исследования: компонентный лингвистический анализ, системное аксиологическое моделирование [8], исследование вертикальных срезов (социально-исторический вертикальный контекст) [3].

Результаты и обсуждения

Концепция медиакодов относится к области медиаисследований и культурологии. Ссылаясь на исследования Ж. Бодрийяра и Дж. Сёрля, А.Г. Пудов пишет о формирующей возможности кодов пространства медиареальности [7].

Аксиологическое содержание специализированного журналистского текста включает в себя не только передачу информации, но и формирование ценностных ориентиров у читателей. Медиакод становится инструментом, помогающим журналистам структурировать сведения так, чтобы они не только информировали аудиторию, но и воздействовали на нее, создавая определенные ценностные образы и ориентиры.

Опираясь на междисциплинарную природу семиотических систем, Ю.М. Лотман представлял медиасферу сложной коммуникационной системой, предлагая модель кодирования и декодирования информации, согласно которой, в связи с постоянно «расширяющейся наследственной памятью» для поддержания устойчивого и гибкого сознания, человеку потребовалось создание системы кодирования [4].

Ст. Холл также создал свою модель кодирования–декодирования, утверждая, что медиатексты не просто отражают реальность, но и активно участвуют в ее конструировании через выбор и интерпретацию информации. Он подчеркивал важность роли читателей в процессе декодирования медиаобращений, поскольку они – участники их толкования посредством собственных культурных, социальных и личных кодов [11]. Согласно ученому набор декодированных значений совершает определенное воздействие (влияет, развлекает, обучает или убеждает), что имеет совокупность последствий в перцептивном, когнитивном, эмоциональном, идеологическом или поведенческом плане. В определенный момент структура задействует код и дает сообщение, а затем последнее передается в структуру социальных практик. Кодированные знаки пересекаются с глубокими семантическими кодами культуры и принимают на

себя дополнительные, более активные идеологические измерения.

У. Эко рассматривал коды как системы знаков, которые используются для передачи информации и создания смысла, и считал, что коды не являются статичными и неизменными, а постоянно эволюционируют и адаптируются к трансформирующемуся культурным и социальным условиям. Коды также рассматривались им в рекламе, кино и других формах массового искусства как средство манипуляции общественным мнением и формирования культурных норм [10].

Целями специализированного журналистского текста педагогической направленности являются информирование, анализ и обсуждение вопросов, связанных с образованием и смежными областями. Такой текст характеризуется специфической терминологией, отражает актуальные проблемы и достижения в области образования, а также может включать рекомендации для педагогов, учащихся и широкой аудитории.

Обращение журналистов к проблеме экзамена связано с значимостью процесса формирования национальной и культурной идентичности, общественных ценностей и вопросом личного восприятия школы как государственного института. Анализ публикаций, посвященных таким составляющим учебного процесса как урок, программа или экзамен, позволяет не только рассмотреть аспекты становления личности ребенка в школе, но и понять происходящие в обществе процессы.

В рамках взятого для анализа концепта «экзамен» с момента введения ЕГЭ (2000 года) идут дискуссии и обсуждения, затрагивающие его ценностные коннотации, прежде всего – влияние на качество образования.

Одним из самых актуальных кодов является *социальный*, раскрывающийся через медиакод «Ломоносов», который представлен в когнитивной метафоре: «дорогу – ломоносовым» («Учительская газета» (далее – УГ), 27.10.2000). Ее суть заключена в показе обществу проблемы неравенства шансов у гениев из глубинки и из города: «Деревенские Ломоносовы должны без нынешних препонов свободно поступать в МГУ, “Бауманку” и “Менделеевку”» (там же). К парадигме социального кода также относятся: 1) «мозги», которые «утекают», ибо таланты в начале 2000-х массово перекупались иностранными государствами, что вызывало тревогу журналистов; 2) «кузница» – место, где предполагалось ковать будущих Ломоносовых.

Помимо творческого будущего выпускников, журналистов также волновали принципы общедоступности и усреднения. Работала парадигматика медиакода «простота»: простота как ясность

трактовалась как простые и понятные задания; простота как легкость – учиться станет легче; простота как естественность – введение ЕГЭ должно успокоить и вдохновить общество. Сама программа экзамена должна подходить всем: «*Единый экзамен – это попытка унификации, усреднения, упрощения и оправдания существующей ныне, без сомнения, не совершенной, но все же сложной и сложившейся системы*» (там же). Однако подобный медиакод может существовать лишь в обществе, не знающем конкуренции, а потому неудивительно, что первоначальный вариант ЕГЭ не прижился, а учителя отмечали ежегодное усложнение заданий и были вынуждены самостоятельно искать для учеников пути упрощения сложного.

Журналисты отмечали, что «*только частные школы могут себе позволить набирать высококлассных педагогов и давать знания, необходимые для поступления в вузы, но не каждая семья способна оплатить услуги таких школ*» (УГ, 07.03.2023), а в результате происходило расслоение общества – престижные курсы и лучших репетиторов могли себе позволить не все семьи. Поэтому в 2020-х годах журналисты перестали видеть в ЕГЭ социальную значимость и ценность.

Творческий код наиболее четко раскрывается на примере экзаменационных сочинений по литературе, которые позволяют осуществить контроль знания и способность творческих их переосмысливать и изложить. В 2015 году в ЕГЭ по русскому языку вернули сочинения, поскольку в СМИ учеными критиковалась первоначальная форма экзамена за формализм и несоответствие идеалам образования, которые трактовались как «*свобода не учить и не учиться*» (УГ, 23.04.2015). Однако сочинение в новом варианте ЕГЭ также стало шаблонным, хотя в идеале оно предполагает гармоническое соединение творчества и знаний. С современным формализованным подходом к творческому по сути экзамену трудно бороться, потому что шаблонность облегчает проверку.

«УГ», работающая в соответствии с утверждением «*любой закон, вызывающий споры, должен обязательно проходить обсуждение в СМИ*» (УГ, 29.10.2010), существует в условиях аксиологической антиномии: красивая, возвышенная идея, с одной стороны, и прагматический, сниженный интерес – с другой. Журналисты, проводя детальный анализ мнений родителей и заявлений чиновников, понимают, почему ЕГЭ вызывает такое сопротивление, но не могут выявить основные проблемы и предложить пути их решения, потому что сами не являются ни разработчиками, ни участниками процесса и могут лишь констатировать, что проводимые каждый год изменения не соответ-

ствуют изначальным целям и задачам ЕГЭ, а одноплановость видения проведения экзамена подчас негативно влияет на процесс обучения и подготовки. В контексте введения экзамена «сверху», по калькам зарубежного опыта, ЕГЭ приобретает дополнительные ценностные коннотации, отражающие восприятие и отношение к нему общества.

В 2017 году появился медиакод «*учительский ЕГЭ*» (УГ, 29.09.2017) – прохождение самими преподавателями ЕГЭ, которые в результате экзамена получали низкие баллы. Причем хуже проходили экзамен доктора и кандидаты наук, которым ставили в пример молодых активных учителей, знающих тонкости экзамена. При этом журналисты «УГ» не сомневались в правильности критериев экзамена, забывая о творческой составляющей сочинения. С 2023 года «*экспертное*», или «*высокое*», ЕГЭ стало обязательным для получения педагогами высшей или первой категории.

Линейка, металлоискатель, парты, камеры образуют **предметный код**, который связан, прежде всего, с понятийной сферой «*трудности и обмана*». Установка на качество обучения здесь меняет свой вектор с ценности знаний на ценность экзамена. В мире журналистики предметные метафоры используются для привлечения внимания общества к процедуре сдачи экзамена и являются примером неоднозначности восприятия ЕГЭ разными социальными группами. Предметные ассоциации создают метафорические гнезда, связанные с поимкой преступников. Например, журналисты пишут о возможности того, что «*кто-то из школьников будет пойман с мобильным*» (УГ, 21.05.2022). В другой статье дается прямая ссылка на фильм «*Операция “Ы” и другие приключения Шурика*» и подчеркивается, что заметить списывание учеником становится всё сложнее: «*Сейчас доступны микронаушиники, которые вставляются в ухо, заметить их чрезвычайно сложно*» (УГ, 25.06.2023).

Этот пример – пограничный между **предметным и социокультурным кодами**, поскольку подразумевает ассоциативную связь наушников со шпаргалкой. Попытки использовать подсказки вписывают в протестную парадигму образа «*учитель-чудовище*» и связываются журналистами с «*Вредными советами*» Г. Остера: «*Из вариантов «шпаргалки для ЕГЭ-иника» уже впору составлять «методическое анти-пособие и выстраивать способы по ранжиру*» (УГ, 04.06.2012). Взяв за основу понятие экзамена как символа гражданского самоопределения и социальной роли, авторы «УГ» показывают, как формализация его проведения делает результаты обучения ученика в достаточной степени независимыми от его способностей и

талантов, определяя его успехи по критериям, заданными обществом и государством. При этом внимание акцентируется и на сложностях формирования в таких условиях нравственных устоев выпускников, которые должны понимать «что такое хорошо» и «что такое плохо».

Рефлексивный код можно назвать методом «кнутом и пряника»: общество не может существовать без стимулов, а отметки на экзамене – стимул для учебы, но в таком случае эти стимулы безразличны к самому предмету, потому что эта рефлексия есть психологический, бессознательный ответ на положительное – пряник – и отрицательное – кнут (УГ, 12.04.2005). ЕГЭ своим фактом существования способно переключить ученика с цели глубокого изучения предмета на его формальное освоение, подстроенное под сдачу экзамена. Альтернативным стимулом журналисты называют олимпиады, которые не только вызывают интерес к науке, но и выступают в роли «пряника» – дают дополнительные 25 баллов к ЕГЭ за победу на олимпиаде, если по предмету у ученика не менее 75 баллов.

Социальный код подразумевает систему социальной адаптации, когда ученик должен вступить во взрослую жизнь, пройдя нечто вроде обряда инициации древних племен, но в более цивилизованном виде. Сам по себе экзамен связан с дискомфортом и стрессом, а в сочетании с разочарованностью общества в государственной системе образования, не сумевшей обеспечить честность и прозрачность ЕГЭ, он становится настоящим травмирующим испытанием. Проблемы с утечкой информации метко названы УГ еще в 2012 году «большими утесами» (УГ, 12.06.2012), и к сожалению, они не решены и по сей день.

Медиакод «болезнь» метафорически передает проблемы системы: «Группа проводила набор “доноров” – они присылали варианты ЕГЭ в группу, и “хирургов” – они решали задания и выкладывали решения» (там же). Ассоциативный концепт в рамках этого метафорического поля – «больной» – относится уже к самому экзамену, который явно нуждается в постоянном «переливании крови» (там же). Это подчеркивает необходимость постоянно-го обновления и улучшения экзаменационных процессов, чтобы избежать нарушений и обеспечить справедливость.

«Утилитарный код выражен через понимание «экзамена» как «выпуск товара». Школа выпускает продукт, экзамен – проверка продукта, оценка его стоимости. «Экзамен – выпуск потребителя» дается в антитезе с «выпуском творца»: «Экс-министру образования Андрею Фурсенко до сих пор не могут простить фразы, которой он,

междуд прочим, никогда не говорил, мол, советская школа готовила творцов, а сейчас нужны потребители. Но ведь надо признать: творцов советская школа тоже не готовила» (УГ, 07.03.2023).

Абсурдный код – «абсурдный ответ». Экзамен может восприниматься как проверка на адекватность: «Сетевое издание “Учительская газета” приводило слова эксперта Ивана Ященко, который на онлайн-консультации по подготовке к ЕГЭ по математике рекомендовал внимательно читать условие заданий, а также проверять получившиеся ответы на их реалистичность. «Самолет не может лететь на высоте 1 тыс. км, а вес человека не может составлять 3 тонны – если получен такой ответ, значит в решении была допущена ошибка или неправильно указаны единицы измерения», – пояснил он» (УГ, 30.10.2024).

К ресентиментному коду можно отнести устойчивую метафору «скуча зурбэжи», которая связана, в том числе, и со «смотрением в окно». «УГ» объясняется ее через модный термин «прокрастинация»: «Сила действия равна силе противодействия – так что чем больше тяготит ребенка подготовка к экзаменам, тем активнее он ей старается сопротивляться. Любой человек время от времени старается откладывать неприятные дела – то есть занимается прокрастинацией. Навсегда избавиться от прокрастинации невозможно, однако родители вполне могут помочь детям привести ее к минимуму» (УГ, 23.05.2023).

С эпохой цифровизации и современных технологий связан **медиакод «информационная перегрузка»** – невозможность концентрироваться на «дополнительных активностях» – смежное, «олимпиадное», поле обсуждений, более касающееся уклонений от всего, что идет сверх программы, а при нынешних реалиях выступает в дополнительном способе получения хорошего результата на ЕГЭ (УГ, 15.10.2022).

Выводы

Описанные нами медиакоды помогают понять, как экзамен воспринимается в культурном контексте обществом и какие ассоциации он вызывает у аудитории, а также подчеркивают важность фоновых знаний и культурных кодов для интерпретации экзамена как общественно значимого явления. Это дает нам основания предложить ввести в научный оборот термин «российская педагогическая аксиология». Изучение ценностно ориентированного дискурса в педагогической прессе поможет еще более глубокому анализу российской аксиологической науки.

Анализ публикаций «Учительской газеты», посвященных ЕГЭ, позволяет выявить существую-

щие культурные и исторические проблемы образования, а также проанализировать сложные отношения между участниками образовательного процесса и обществом. Журналисты, исследуя эк-

замен как культурное явление, обращают внимание на важность свободы выбора и возможности для учащихся, подчеркивая, что экзамен должен расширять возможности, а не ограничивать их.

Список источников

1. Андреева А.В. Аксиология журналистики: категории и понятия // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2022. № 1 (72). С. 197 – 201.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. М.: Прогресс, 1989. 616 с.
3. Винокурова И.Ж., Редько М.В.. Способы выражения вертикального контекста в языке СМИ на материале современного английского языка. Германские языки. 2020. Т. 13. Вып. 11. Электронный ресурс: <https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.11.35>
4. Лотман Ю.М. Избранные статьи: в 3 т. Т. 1: Статьи по семиотике и типологии культуры. Таллин: Александра, 1992. 479 с.
5. Нигматуллина К.Р. Аксиология в журналистике: пересекающиеся измерения // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9, Филология. Востоковедение. Журналистика. 2008. № 1-1. С. 140 – 146.
6. Поликарпова Е.В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. Электронный ресурс: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Polikarp/01.php
7. Пудов А.Г. Коды социальной и медиареальности // Медиафилософия. 2017. Т. 13. С. 37 – 41.
8. Роготнева Е. Аксиологические пределы моделирования образовательных систем // Высшее образование в России. 2008. № 9. С. 99 – 102.
9. Сидоров В.А. Аксиология массмедиа: проблемные поля и стратегии изучения // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16. № 4. С. 117 – 125.
10. Эко Умберто Отсутствующая структура. Введение в семиологию: перев. с итал. В.Г. Резник и А.Г. Погоняйло. СПб.: «Симпозиум», 2004 544 с. Электронный ресурс: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/filosofija_jazyka/umberto_ekho_otstutstvujushhaja_struktura_vvedenie_v_semiologiju_2004/32-1-0-1422
11. Hall Stuart Encoding and Decoding in the Television Discourse // Media series. 1972 (Vol. 7). Stencilled occasional paper (№ 7). Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1973. 19 p.

References

1. Andreeva A.V. Axiology of journalism: categories and concepts. Bulletin of Tver State University. Series: Philology. 2022. No. 1 (72). P. 197 – 201.
2. Bart R. Selected works: Semiotics: Poetics. Moscow: Progress, 1989. 616 p.
3. Vinokurova I.Zh., Redko M.V. Ways of expressing vertical context in the language of the media based on the material of modern English. Germanic languages. 2020. Vol. 13. Issue. 11. Electronic resource: <https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.11.35>
4. Lotman Yu.M. Selected articles: in 3 vols. Vol. 1: Articles on semiotics and typology of culture. Tallinn: Al-exandra, 1992. 479 p.
5. Nigmatullina K.R. Axiology in Journalism: Intersecting Dimensions. Bulletin of St. Petersburg University. Series 9, Philology. Oriental Studies. Journalism. 2008. No. 1-1. Pp. 140 – 146.
6. Polikarpova E.V. Axiological Functions of Mass Media in Modern Society. Electronic resource: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Polikarp/01.php
7. Pudov A.G. Codes of Social and Media Reality. Media Philosophy. 2017. Vol. 13. P. 37 – 41.
8. Rogotneva E. Axiological Limits of Modeling Educational Systems. Higher Education in Russia. 2008. No. 9. P. 99 – 102.
9. Sidorov V.A. Axiology of mass media: problem fields and study strategies. Humanitarian vector. 2021. Vol. 16. No. 4. P. 117 – 125.
10. Eco Umberto The missing structure. Introduction to semiology: trans. from Italian. V.G. Reznik and A.G. Pogonyailo. St. Petersburg: "Simposium", 2004 544 p. Electronic resource: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/filosofija_jazyka/umberto_ekho_otstutstvujushhaja_struktura_vvedenie_v_semiologiju_2004/32-1-0-1422
11. Hall Stuart Encoding and Decoding in the Television Discourse. Media series. 1972 (Vol. 7). Sten-cilled occasional paper (No. 7). Center for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1973. 19 p.

Информация об авторе

Попова Е.А., соискатель, старший преподаватель, Российский государственный гуманитарный университет, pelena2008@mail.ru

© Попова Е.А., 2025