

ISSN 2409-8698

www.aurora-group.eu
www.nbpublish.com

Litera



AURORA Group s.r.o.
nota bene

Выходные данные

Номер подписан в печать: 03-02-2025

Учредитель: Даниленко Василий Иванович, w.danilenko@nbpublish.com

Издатель: ООО <НБ-Медиа>

Главный редактор: Юхнова Ирина Сергеевна, доктор филологических наук,
yuhnova1@mail.ru

ISSN: 2409-8698

Контактная информация:

Выпускающий редактор - Зубкова Светлана Вадимовна

E-mail: info@nbpublish.com

тел.+7 (966) 020-34-36

Почтовый адрес редакции: 115114, г. Москва, Павелецкая набережная, дом 6А, офис 211.

Библиотека журнала по адресу: http://www.nbpublish.com/library_tariffs.php

Publisher's imprint

Number of signed prints: 03-02-2025

Founder: Danilenko Vasiliy Ivanovich, w.danilenko@nbpublish.com

Publisher: NB-Media ltd

Main editor: Yukhnova Irina Sergeevna, doktor filologicheskikh nauk, yuhnova1@mail.ru

ISSN: 2409-8698

Contact:

Managing Editor - Zubkova Svetlana Vadimovna

E-mail: info@nbpublish.com

тел.+7 (966) 020-34-36

Address of the editorial board : 115114, Moscow, Paveletskaya nab., 6A, office 211 .

Library Journal at : http://en.nbpublish.com/library_tariffs.php

Редакционный совет

Шукуров Дмитрий Леонидович - доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры истории и культурологии ФГБОУ ВО "Ивановский государственный химико-технологический университет". E-mail: shoudmitry@yandex.ru

Куделин Александр Борисович — академик Российской академии наук, заместитель академика-секретаря Отделения историко-филологических наук РАН, директор Института мировой литературы имени М. Горького РАН, член Европейской ассоциации арабистов и исламоведов. 121069, Россия, г. Москва, Поварская, 25а.

Лободанов Александр Павлович — доктор филологических наук, профессор, декан Факультета искусств Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. 125009, Россия, г. Москва, ул. Б. Никитская, 3 строение 1.

Герра Ренэ — доктор филологических наук, профессор Университета Ниццы, почетный академик Российской академии художеств, создатель и руководитель Ассоциации по сохранению русского культурного наследия во Франции (г. Ницца, Франция). 24, Avenue des Diabls Bleus, 06101 Nice, France.

Строев Александр Федорович — доктор филологических наук, заведующий кафедрой сравнительного литературоведения Университета Париж-III (Новая Сорбонна) (Париж, Франция) IRCAV/Sorbonne Nouvelle, 13 rue Santeuil, 75005 Paris, France.

Гусейнов Малик Алиевич – доктор филологических наук, заведующий отделом литературы, Институт языка, литературы и искусства им. Г. Цадасы Дагестанского научного центра Российской академии наук, 367025, г. Махачкала, ул. М. Гаджиева, 45, malik60@list.ru

Тимошук Алексей Станиславович – доктор философских наук, доцент, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Владимирского юридического института ФСИН России, 600020, Владимир, ул. Большая Нижегородская, 67-е, human@vui.vladinfo.ru

Федоровская Наталья Александровна – доктор искусствоведения, доцент, директор департамента искусств и дизайна Дальневосточного федерального университета, 690091, г. Владивосток, о. Русский, пос. Аякс, кампус Дальневосточного федерального университета, корп. G, ауд. 357, fedorovskaya.na@dvfu.ru

Ирхен Ирина Игоревна – доктор культурологии, доцент, Академия русского балета им. А.Я. Вагановой, профессор кафедры философии, истории и теории искусства, заведующая аспирантурой, 191023, г. Санкт-Петербург, ул.Зодчего Росси, 2 irkhen67@gmail.com

Тищенко Наталья Викторовна – доктор культурологии, ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», профессор кафедры истории Отечества и культуры, 410004 г. Саратов, ул. Политехническая, 17, mihailovan@inbox.ru

Смирнов Алексей Викторович – доктор философских наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет, 199034, г. Санкт-Петербург, Менделеевская линия, 5, darapti@mail.ru

Ковалева Светлана Викторовна – доктор философских наук, доцент, Костромской государственный университет, профессор кафедры философии, культурологии и

социальных коммуникаций, 156005, г. Кострома, ул. Дзержинского, 17, cultural@kstu.edu.ru

Жиртуева Наталья Сергеевна – доктор философских наук, доцент, профессор кафедры «Политология и международные отношения», Институт общественных наук и международных отношений, Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, ул. Университетская, 33, zhr_nata@bk.ru

Гиренок Федор Иванович — доктор философских наук, профессор, заместитель заведующего кафедрой философской антропологии и комплексного изучения человека Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

Губман Борис Львович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой Тверского государственного университета.

Кофман Андрей Фёдорович — доктор филологических наук, заведующий отделом литератур стран Европы и Америки Учреждения Российской академии наук Института мировой литературы РАН им. А.М. Горького.

Лекторский Владислав Александрович — доктор философских наук, профессор, академик Российской академии наук, заведующий сектором теории познания Учреждения Российской академии наук Института философии РАН.

Неретина Светлана Сергеевна — доктор философских наук, главный научный сотрудник Учреждения Российской академии наук Института философии РАН.

Разлогова Елена Эмильевна — доктор филологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Научно-исследовательского вычислительного центра МГУ им. М. В. Ломоносова

Резник Юрий Михайлович — доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник Учреждения Российской академии наук Института философии РАН, шеф-редактор журнала «Личность. Культура. Общество».

Россиус Андрей Александрович — доктор филологических наук, профессор кафедры классической филологии Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, и.о. главного научного сотрудника Учреждения Российской академии наук Института философии РАН.

Смирнов Андрей Вадимович — доктор философских наук, профессор, член-корреспондент Российской академии наук, заведующий сектором философии исламского мира, заместитель директора Учреждения Российской академии наук Института философии РАН.

Чумаков Александр Николаевич — доктор философских наук, профессор, Первый вице-президент Российского философского общества

Вартанова Елена Леонидовна — доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, президент НАММИ.

Гирин Юрий Николаевич - доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник, ИМЛИ РАН.

Безруков Андрей Николаевич - кандидат филологических наук, доцент, Башкирский государственный университет (Бирский филиал).

Бичарова Мария Михайловна - кандидат филологических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин и английского языка, Каспийский институт морского и речного

транспорта.

Воробей Инна Александровна - кандидат филологических наук, доцент, кафедра немецкого языка, БУ ВО ХМАО - Югры "Сургутский государственный университет".

Зыкин Алексей Владимирович - кандидат филологических наук, доцент, кафедра иностранных языков, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Санкт-Петербургский государственный аграрный университет.

Левит Светлана Яковлевна — ведущий научный сотрудник отдела культурологии ИНИОН РАН, кандидат философских наук, главный редактор, руководитель и автор проектов «Лики культуры», «Российские Пропилеи», «Книга света», «Summa culturologiae», «Humanitas», «Зерно вечности», «Культурология. XX век», «Письмена времени», а также энциклопедий по культурологии и истории культуры.

Козлов Михаил Николаевич - доктор исторических наук, профессор, кафедра "Исторические, философские и социальные науки", Севастопольский государственный университет.

Тищенко Наталья Викторовна – доктор культурологии, ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», профессор кафедры истории Отечества и культуры, 410004 г. Саратов, ул. Политехническая, 17, mihailovan@inbox.ru

Кьоцци Паоло — профессор факультета этнологии и антропологии Флорентийского университета (г. Флоренция, Италия). Università degli Studi di Firenze - P.zza S.Marco, 4 - 50121 Firenze – Centralino, Italy.

Ершова Галина Гавриловна — доктор исторических наук, профессор, директор Научно-исследовательского мезоамериканского центра имени Ю. В. Кнорозова Российского государственного гуманитарного университета, директор по науке и культуре Российско-мексиканского культурного центра (г. Мерида, Мексика). 125993, Россия, ГСП-3, г. Москва, ул.Чаянова, 15.

Жидков Владимир Сергеевич — доктор искусствоведения, профессор, научный сотрудник Государственного института искусствознания. 125009, Россия, г. Москва, Козицкий переулок, 5.

Леняшин Владимир Алексеевич — академик и член Президиума Российской академии художеств, доктор искусствоведения, профессор, заведующий отделом живописи второй половины XIX – начала XXI вв. Государственного Русского музея, заслуженный деятель искусств РСФСР. 191011, Россия, г. Санкт-Петербург, Инженерная улица, 4/2.

Вздорнов Герольд Иванович — член-корреспондент Российской академии наук, доктор искусствоведения, главный научный сотрудник Государственного научно-исследовательского института реставрации. 107114, Россия, г. Москва, ул. Гастелло, 44.

Дмитренко Татьяна Алексеевна — доктор педагогических наук, профессор. профессор кафедры методики преподавания иностранных языков Московского педагогического государственного университета. Индекс Хирша по РИНЦ = 6 Академик Международной академии наук педагогического образования

Дергачёва Ирина Владимировна - доктор филологических наук, профессор кафедры

"Лингводидактика и МКК", декан факультета "Иностранные языки" Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Московский государственный психолого-педагогический университет" 121500, Москва, ул. Василия Боталёва, 31 dergachevaiv@mgppu.ru главный редактор электронного международного научного журнала «Язык и текст»

Бережная Наталья Викторовна - доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии и методологии науки Южно-Российского института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации. E-mail : rassgd@yandex.ru

Прохоров Михаил Михайлович - доктор философских наук, профессор, профессор кафедры истории, философии, педагогики и психологии, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет. 603950, Россия, г. Нижний Новгород, ул. Ильинская, дом 65. mmpro@mail.ru

Бурукина Ольга Алексеевна - кандидат филологических наук, доцент доцент Российского государственного гуманитарного университета, ст. исследователь Университета Вааса, Финляндия. 125993, ГСП-3, Москва, Миусская площадь, д. 6 obur@mail.ru

Шагбанова Хабиба Садыровна - доктор филологических наук, профессор кафедры философии, иностранных языков и гуманитарной подготовки сотрудников органов внутренних дел, Тюменский институт повышения квалификации сотрудников МВД России; 625049, Россия, г. Тюмень, ул. Амурская, д. 75, khabiba_shagbanova@list.ru

Editorial collegium

Dmitry Leonidovich Shukurov - Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of History and Cultural Studies of the Ivanovo State University of Chemical Technology. E-mail: shoudmitry@yandex.ru

Kudelin Alexander Borisovich — Academician of the Russian Academy of Sciences, Deputy Academician-Secretary of the Department of Historical and Philological Sciences of the Russian Academy of Sciences, Director of the Gorky Institute of World Literature of the Russian Academy of Sciences, member of the European Association of Arabists and Islamic Scholars. 25a Povarskaya Street, Moscow, 121069, Russia.

Lobodanov Alexander Pavlovich — Doctor of Philology, Professor, Dean of the Faculty of Arts of Lomonosov Moscow State University. 125009, Russia, Moscow, B. Nikitskaya str., 3 building 1.

Guerra Rene is a Doctor of Philology, Professor at the University of Nice, Honorary Academician of the Russian Academy of Arts, founder and head of the Association for the Preservation of Russian Cultural Heritage in France (Nice, France). 24, Avenue des Diables Bleus, 06101 Nice, France.

Stroev Alexander Fedorovich — Doctor of Philology, Head of the Department of Comparative Literature of the University of Paris-III (New Sorbonne) (Paris, France) IRCAV/Sorbonne Nouvelle, 13 rue Santeuil, 75005 Paris, France.

Huseynov Malik Alievich – Doctor of Philology, Head of the Literature Department, Institute of Language, Literature and Art named after G. Tsadasa Dagestan Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, 367025, Makhachkala, M. Gadzhieva str., 45, malik60@list.ru

Timoshchuk Alexey Stanislavovich – Doctor of Philosophy, Associate Professor, Professor of the Department of Humanities and Socio-Economic Disciplines of the Vladimir Law Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia, 600020, Vladimir, Bolshaya Nizhegorodskaya str., 67th, human@vui.vladinfo.ru

Natalia Fedorovskaya – Doctor of Art History, Associate Professor, Director of the Department of Art and Design of the Far Eastern Federal University, 690091, Vladivostok, Russian Island, village Ajax, campus of the Far Eastern Federal University, bldg. G, room 357, fedorovskaya.na@dvfu.ru

Irhen Irina Igorevna – Doctor of Cultural Studies, Associate Professor, Vaganova Academy of Russian Ballet, Professor of the Department of Philosophy, History and Theory of Art, Head of Graduate School, St. Petersburg, 191023, Architect Rossi str., 2 irkhen67@gmail.com

Tishchenko Natalia Viktorovna – Doctor of Cultural Studies, Saratov State Technical University named after Gagarin Yu.A., Professor of the Department of History of Patronymic and Culture, Saratov, 410004, Politechnicheskaya str., 17, mihailovan@inbox.ru

Smirnov Alexey Viktorovich – Doctor of Philosophy, Associate Professor, St. Petersburg State University, 199034, St. Petersburg, Mendeleevskaya line, 5, darapti@mail.ru

Svetlana V. Kovaleva – Doctor of Philosophy, Associate Professor, Kostroma State University, Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Social Communications, 17 Dzerzhinskiy Str., Kostroma, 156005, cultural@kstu.edu.ru

Zhirtueva Natalia Sergeevna – Doctor of Philosophy, Associate Professor, Professor of the

Department of Political Science and International Relations, Institute of Social Sciences and International Relations, Sevastopol State University, Sevastopol, Universitetskaya str., 33, zhr_nata@bk.ru

Fyodor Ivanovich Girenok — Doctor of Philosophy, Professor, Deputy Head of the Department of Philosophical Anthropology and Complex Human Studies of Lomonosov Moscow State University.

Gubman Boris Lvovich — Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Tver State University.

Andrey F. Kofman — Doctor of Philology, Head of the Department of European and American Literatures of the Russian Academy of Sciences Institute of World Literature of the Russian Academy of Sciences named after A.M. Gorky.

Lecturer Vladislav Alexandrovich — Doctor of Philosophy, Professor, Academician of the Russian Academy of Sciences, Head of the Sector of the Theory of Cognition of the Institution of the Russian Academy of Sciences Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences.

Neretina Svetlana Sergeevna — Doctor of Philosophy, Chief Researcher of the Russian Academy of Sciences Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences.

Razlogova Elena Emilyevna — Doctor of Philology, Associate Professor, Leading Researcher at the Lomonosov Moscow State University Research Computing Center

Reznik Yuri Mikhailovich — Doctor of Philosophy, Professor, Chief Researcher of the Institution of the Russian Academy of Sciences Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences, Chief Editor of the journal "Personality. Culture. Society".

Andrey Aleksandrovich Rossius — Doctor of Philology, Professor of the Department of Classical Philology of Lomonosov Moscow State University, Acting Chief Researcher Institutions of the Russian Academy of Sciences of the Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences.

Smirnov Andrey Vadimovich — Doctor of Philosophy, Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, Head of the Philosophy Sector of the Islamic World, Deputy Director of the Russian Academy of Sciences Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences.

Alexander N. Chumakov — Doctor of Philosophy, Professor, First Vice-President of the Russian Philosophical Society

Elena Leonidovna Vartanova — Doctor of Philology, Professor, Dean of the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University, President of NAMMI.

Yuri N. Girin - Doctor of Philology, Leading Researcher, IMLI RAS.

Bezrukov Andrey Nikolaevich - Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Bashkir State University (Birsky branch).

Bicharova Maria Mikhailovna - Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Humanities and English, Caspian Institute of Sea and River Transport.

Inna Vorobey - Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of German Language, Surgut State University.

Alexey Vladimirovich Zykin - Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Foreign Languages, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education St. Petersburg State Agrarian University.

Levit Svetlana Yakovlevna — Leading researcher of the Department of Cultural Studies of the INION RAS, Candidate of Philosophical Sciences, editor-in-chief, head and author of the projects "Faces of Culture", "Russian Propylaea", "Book of Light", "Summa culturologiae", "Humanitas", "Grain of Eternity", "Culturology. XX century", "Writings of Time", as well as encyclopedias on cultural studies and cultural history.

Kozlov Mikhail Nikolaevich - Doctor of Historical Sciences, Professor, Department of Historical, Philosophical and Social Sciences, Sevastopol State University.

Tishchenko Natalia Viktorovna – Doctor of Cultural Studies, Saratov State Technical University named after Gagarin Yu.A., Professor of the Department of History of Patronymic and Culture, Saratov, 410004, Politechnicheskaya str., 17, mihailovan@inbox.ru

Chiozzi Paolo is a professor at the Faculty of Ethnology and Anthropology at the University of Florence (Florence, Italy). Universit? degli Studi di Firenze - P.zza S.Marco, 4 - 50121 Firenze – Centralino, Italy.

Yershova Galina Gavrilovna — Doctor of Historical Sciences, Professor, Director of the Yu. V. Knorozov Mesoamerican Research Center of the Russian State University for the Humanities, Director of Science and Culture of the Russian-Mexican Cultural Center (Merida, Mexico). 125993, Russia, GSP-3, Moscow, ul.Chayanova, 15.

Vladimir Sergeevich Zhidkov — Doctor of Art History, Professor, researcher at the State Institute of Art Studies. 125009, Russia, Moscow, Kozitsky lane, 5.

Lenyashin Vladimir Alekseevich — academician and member of the Presidium of the Russian Academy of Arts, Doctor of Art History, Professor, Head of the painting Department of the second half of the XIX – early XXI centuries. State Russian Museum, Honored Artist of the RSFSR. 191011, Russia, St. Petersburg, Engineering Street, 4/2.

Gerold Ivanovich Vzdornov is a corresponding member of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Art History, chief researcher at the State Research Institute of Restoration. 44 Gastello str., Moscow, 107114, Russia.

Dmitrenko Tatiana Alekseevna — Doctor of Pedagogical Sciences, Professor. Professor of the Department of Methods of Teaching Foreign Languages of the Moscow Pedagogical State University. RSCI Hirsch Index = 6 Academician of the International Academy of Sciences of Pedagogical Education

Dergacheva Irina Vladimirovna - Doctor of Philology, Professor of the Department of Linguodidactics and MCC, Dean of the Faculty of Foreign Languages of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Moscow State Psychological and Pedagogical University", 31 Vasily Botaleva Str., Moscow, 121500 dergachevaiv@mgppu.ru Editor-in-chief of the electronic international scientific journal "Language and Text"

Berezhnaya Natalia Viktorovna - Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Philosophy and Metology of Science of the South Russian Institute of Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation. E-mail : rassgd@yandex.ru

Mikhail Mikhailovich Prokhorov - Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of History, Philosophy, Pedagogy and Psychology, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering. 65 Ilyinskaya str., Nizhny Novgorod, 603950, Russia. mmpro@mail.ru

Olga A. Burukina - Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Russian State University for the Humanities, Senior Researcher at the University of Vaasa, Finland. 125993, GSP-3, Moscow, Miusskaya Square, 6 obur@mail.ru

Shagbanova Habiba Sadyrovna - Doctor of Philology, Professor of the Department of Philosophy, Foreign Languages and Humanitarian Training of Law Enforcement Officers, Tyumen Institute of Advanced Training of Employees of the Ministry of Internal Affairs of Russia; 625049, Russia, Tyumen, ul. Amurskaya, 75, khabiba_shagbanova@list.ru

Требования к статьям

Журнал является научным. Направляемые в издательство статьи должны соответствовать тематике журнала (с его рубрикатором можно ознакомиться на сайте издательства), а также требованиям, предъявляемым к научным публикациям.

Рекомендуемый объем от 12000 знаков.

Структура статьи должна соответствовать жанру научно-исследовательской работы. В ее содержании должны обязательно присутствовать и иметь четкие смысловые разграничения такие разделы, как: предмет исследования, методы исследования, апелляция к оппонентам, выводы и научная новизна.

Не приветствуется, когда исследователь, трактуя в статье те или иные научные термины, вступает в заочную дискуссию с авторами учебников, учебных пособий или словарей, которые в узких рамках подобных изданий не могут широко излагать свое научное воззрение и заранее оказываются в проигрышном положении. Будет лучше, если для научной полемики Вы обратитесь к текстам монографий или диссертационных работ оппонентов.

Не превращайте научную статью в публицистическую: не наполняйте ее цитатами из газет и популярных журналов, ссылками на высказывания по телевидению.

Ссылки на научные источники из Интернета допустимы и должны быть соответствующим образом оформлены.

Редакция отвергает материалы, напоминающие реферат. Автору нужно не только продемонстрировать хорошее знание обсуждаемого вопроса, работ ученых, исследовавших его прежде, но и привнести своей публикацией определенную научную новизну.

Не принимаются к публикации избранные части из диссертаций, книг, монографий, поскольку стиль изложения подобных материалов не соответствует журнальному жанру, а также не принимаются материалы, публиковавшиеся ранее в других изданиях.

В случае отправки статьи одновременно в разные издания автор обязан известить об этом редакцию. Если он не сделал этого заблаговременно, рискует репутацией: в дальнейшем его материалы не будут приниматься к рассмотрению.

Уличенные в плагиате попадают в «черный список» издательства и не могут рассчитывать на публикацию. Информация о подобных фактах передается в другие издательства, в ВАК и по месту работы, учебы автора.

Статьи представляются в электронном виде только через сайт издательства <http://www.e-notabene.ru> кнопка "Авторская зона".

Статьи без полной информации об авторе (соавторах) не принимаются к рассмотрению, поэтому автор при регистрации в авторской зоне должен ввести полную и корректную информацию о себе, а при добавлении статьи - о всех своих соавторах.

Не набирайте название статьи прописными (заглавными) буквами, например: «ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ...» — неправильно, «История культуры...» — правильно.

При добавлении статьи необходимо прикрепить библиографию (минимум 10–15 источников, чем больше, тем лучше).

При добавлении списка использованной литературы, пожалуйста, придерживайтесь следующих стандартов:

- [ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.](#)
- [ГОСТ 7.0.5-2008 Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления](#)

В каждой ссылке должен быть указан только один диапазон страниц. В теле статьи ссылка на источник из списка литературы должна быть указана в квадратных скобках, например, [1]. Может быть указана ссылка на источник со страницей, например, [1, с. 57], на группу источников, например, [1, 3], [5-7]. Если идет ссылка на один и тот же источник, то в теле статьи нумерация ссылок должна выглядеть так: [1, с. 35]; [2]; [3]; [1, с. 75-78]; [4]....

А в библиографии они должны отображаться так:

[1]

[2]

[3]

[4]....

Постраничные ссылки и сноски запрещены. Если вы используете сноску, не содержащую ссылку на источник, например, разъяснение термина, включите сноску в текст статьи.

После процедуры регистрации необходимо прикрепить аннотацию на русском языке, которая должна состоять из трех разделов: Предмет исследования; Метод, методология исследования; Новизна исследования, выводы.

Прикрепить 10 ключевых слов.

Прикрепить саму статью.

Требования к оформлению текста:

- Кавычки даются уголками (« ») и только кавычки в кавычках — лапками (" ").
- Тире между датами дается короткое (Ctrl и минус) и без отбивок.
- Тире во всех остальных случаях дается длинное (Ctrl, Alt и минус).
- Даты в скобках даются без г.: (1932–1933).
- Даты в тексте даются так: 1920 г., 1920-е гг., 1540–1550-е гг.
- Недопустимо: 60-е гг., двадцатые годы двадцатого столетия, двадцатые годы XX столетия, 20-е годы XX столетия.
- Века, король такой-то и т.п. даются римскими цифрами: XIX в., Генрих IV.
- Инициалы и сокращения даются с пробелом: т. е., т. д., М. Н. Иванов. Неправильно: М.Н. Иванов, М.Н. Иванов.

ВСЕ СТАТЬИ ПУБЛИКУЮТСЯ В АВТОРСКОЙ РЕДАКЦИИ.

По вопросам публикации и финансовым вопросам обращайтесь к администратору
Зубковой Светлане Вадимовне

E-mail: info@nbpublish.com

или по телефону +7 (966) 020-34-36

Подробные требования к написанию аннотаций:

Аннотация в периодическом издании является источником информации о содержании статьи и изложенных в ней результатах исследований.

Аннотация выполняет следующие функции: дает возможность установить основное

содержание документа, определить его релевантность и решить, следует ли обращаться к полному тексту документа; используется в информационных, в том числе автоматизированных, системах для поиска документов и информации.

Аннотация к статье должна быть:

- информативной (не содержать общих слов);
- оригинальной;
- содержательной (отражать основное содержание статьи и результаты исследований);
- структурированной (следовать логике описания результатов в статье);

Аннотация включает следующие аспекты содержания статьи:

- предмет, цель работы;
- метод или методологию проведения работы;
- результаты работы;
- область применения результатов; новизна;
- выводы.

Результаты работы описывают предельно точно и информативно. Приводятся основные теоретические и экспериментальные результаты, фактические данные, обнаруженные взаимосвязи и закономерности. При этом отдается предпочтение новым результатам и данным долгосрочного значения, важным открытиям, выводам, которые опровергают существующие теории, а также данным, которые, по мнению автора, имеют практическое значение.

Выводы могут сопровождаться рекомендациями, оценками, предложениями, гипотезами, описанными в статье.

Сведения, содержащиеся в заглавии статьи, не должны повторяться в тексте аннотации. Следует избегать лишних вводных фраз (например, «автор статьи рассматривает...», «в статье рассматривается...»).

Исторические справки, если они не составляют основное содержание документа, описание ранее опубликованных работ и общеизвестные положения в аннотации не приводятся.

В тексте аннотации следует употреблять синтаксические конструкции, свойственные языку научных и технических документов, избегать сложных грамматических конструкций.

Гонорары за статьи в научных журналах не начисляются.

Цитирование или воспроизведение текста, созданного ChatGPT, в вашей статье

Если вы использовали ChatGPT или другие инструменты искусственного интеллекта в своем исследовании, опишите, как вы использовали этот инструмент, в разделе «Метод» или в аналогичном разделе вашей статьи. Для обзоров литературы или других видов эссе, ответов или рефератов вы можете описать, как вы использовали этот инструмент, во введении. В своем тексте предоставьте prompt - командный вопрос, который вы использовали, а затем любую часть соответствующего текста, который был создан в ответ.

К сожалению, результаты «чата» ChatGPT не могут быть получены другими читателями, и хотя невозстановимые данные или цитаты в статьях APA Style обычно цитируются как личные сообщения, текст, сгенерированный ChatGPT, не является сообщением от человека.

Таким образом, цитирование текста ChatGPT из сеанса чата больше похоже на совместное использование результатов алгоритма; таким образом, сделайте ссылку на автора алгоритма записи в списке литературы и приведите соответствующую цитату в тексте.

Пример:

На вопрос «Является ли деление правого полушария левого полушария реальным или метафорой?» текст, сгенерированный ChatGPT, показал, что, хотя два полушария мозга в некоторой степени специализированы, «обозначение, что люди могут быть охарактеризованы как «левополушарные» или «правополушарные», считается чрезмерным упрощением и популярным мифом» (OpenAI, 2023).

Ссылка в списке литературы

OpenAI. (2023). ChatGPT (версия от 14 марта) [большая языковая модель].
<https://chat.openai.com/chat>

Вы также можете поместить полный текст длинных ответов от ChatGPT в приложение к своей статье или в дополнительные онлайн-материалы, чтобы читатели имели доступ к точному тексту, который был сгенерирован. Особенно важно задокументировать точный созданный текст, потому что ChatGPT будет генерировать уникальный ответ в каждом сеансе чата, даже если будет предоставлен один и тот же командный вопрос. Если вы создаете приложения или дополнительные материалы, помните, что каждое из них должно быть упомянуто по крайней мере один раз в тексте вашей статьи в стиле APA.

Пример:

При получении дополнительной подсказки «Какое представление является более точным?» в тексте, сгенерированном ChatGPT, указано, что «разные области мозга работают вместе, чтобы поддерживать различные когнитивные процессы» и «функциональная специализация разных областей может меняться в зависимости от опыта и факторов окружающей среды» (OpenAI, 2023; см. Приложение А для полной расшифровки). .

Ссылка в списке литературы

OpenAI. (2023). ChatGPT (версия от 14 марта) [большая языковая модель].
<https://chat.openai.com/chat> Создание ссылки на ChatGPT или другие модели и программное обеспечение ИИ

Приведенные выше цитаты и ссылки в тексте адаптированы из шаблона ссылок на программное обеспечение в разделе 10.10 Руководства по публикациям (Американская психологическая ассоциация, 2020 г., глава 10). Хотя здесь мы фокусируемся на ChatGPT, поскольку эти рекомендации основаны на шаблоне программного обеспечения, их можно адаптировать для учета использования других больших языковых моделей (например, Bard), алгоритмов и аналогичного программного обеспечения.

Ссылки и цитаты в тексте для ChatGPT форматируются следующим образом:

OpenAI. (2023). ChatGPT (версия от 14 марта) [большая языковая модель].
<https://chat.openai.com/chat>

Цитата в скобках: (OpenAI, 2023)

Описательная цитата: OpenAI (2023)

Давайте разберем эту ссылку и посмотрим на четыре элемента (автор, дата, название и

источник):

Автор: Автор модели OpenAI.

Дата: Дата — это год версии, которую вы использовали. Следуя шаблону из Раздела 10.10, вам нужно указать только год, а не точную дату. Номер версии предоставляет конкретную информацию о дате, которая может понадобиться читателю.

Заголовок. Название модели — «ChatGPT», поэтому оно служит заголовком и выделено курсивом в ссылке, как показано в шаблоне. Хотя OpenAI маркирует уникальные итерации (например, ChatGPT-3, ChatGPT-4), они используют «ChatGPT» в качестве общего названия модели, а обновления обозначаются номерами версий.

Номер версии указан после названия в круглых скобках. Формат номера версии в справочниках ChatGPT включает дату, поскольку именно так OpenAI маркирует версии. Различные большие языковые модели или программное обеспечение могут использовать различную нумерацию версий; используйте номер версии в формате, предоставленном автором или издателем, который может представлять собой систему нумерации (например, Версия 2.0) или другие методы.

Текст в квадратных скобках используется в ссылках для дополнительных описаний, когда они необходимы, чтобы помочь читателю понять, что цитируется. Ссылки на ряд общих источников, таких как журнальные статьи и книги, не включают описания в квадратных скобках, но часто включают в себя вещи, не входящие в типичную рецензируемую систему. В случае ссылки на ChatGPT укажите дескриптор «Большая языковая модель» в квадратных скобках. OpenAI описывает ChatGPT-4 как «большую мультимодальную модель», поэтому вместо этого может быть предоставлено это описание, если вы используете ChatGPT-4. Для более поздних версий и программного обеспечения или моделей других компаний могут потребоваться другие описания в зависимости от того, как издатели описывают модель. Цель текста в квадратных скобках — кратко описать тип модели вашему читателю.

Источник: если имя издателя и имя автора совпадают, не повторяйте имя издателя в исходном элементе ссылки и переходите непосредственно к URL-адресу. Это относится к ChatGPT. URL-адрес ChatGPT: <https://chat.openai.com/chat>. Для других моделей или продуктов, для которых вы можете создать ссылку, используйте URL-адрес, который ведет как можно более напрямую к источнику (т. е. к странице, на которой вы можете получить доступ к модели, а не к домашней странице издателя).

Другие вопросы о цитировании ChatGPT

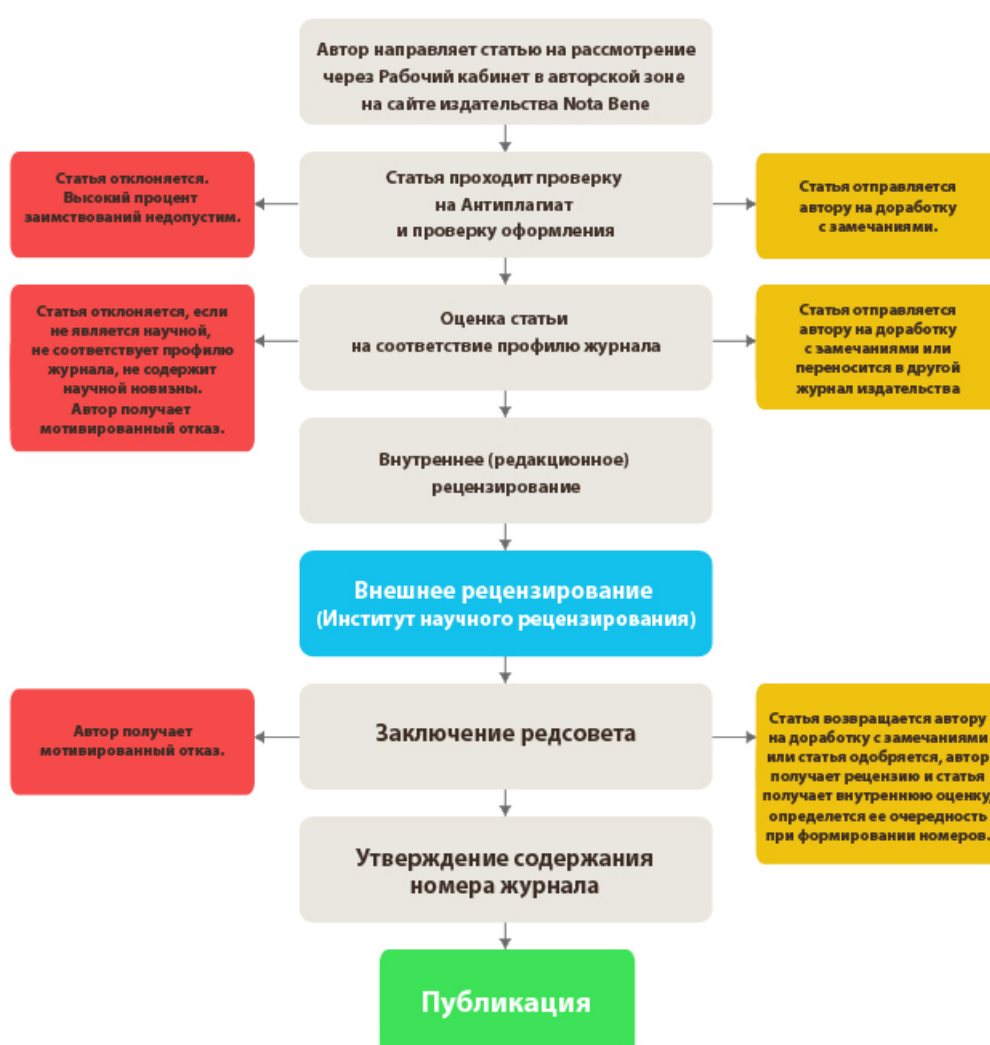
Вы могли заметить, с какой уверенностью ChatGPT описал идеи латерализации мозга и то, как работает мозг, не ссылаясь ни на какие источники. Я попросил список источников, подтверждающих эти утверждения, и ChatGPT предоставил пять ссылок, четыре из которых мне удалось найти в Интернете. Пятая, похоже, не настоящая статья; идентификатор цифрового объекта, указанный для этой ссылки, принадлежит другой статье, и мне не удалось найти ни одной статьи с указанием авторов, даты, названия и сведений об источнике, предоставленных ChatGPT. Авторам, использующим ChatGPT или аналогичные инструменты искусственного интеллекта для исследований, следует подумать о том, чтобы сделать эту проверку первоисточников стандартным процессом. Если источники являются реальными, точными и актуальными, может быть лучше прочитать эти первоисточники, чтобы извлечь уроки из этого исследования, и перефразировать или процитировать эти статьи, если применимо, чем использовать их интерпретацию модели.

Материалы журналов включены:

- в систему Российского индекса научного цитирования;
- отображаются в крупнейшей международной базе данных периодических изданий Ulrich's Periodicals Directory, что гарантирует значительное увеличение цитируемости;
- Всем статьям присваивается уникальный идентификационный номер Международного регистрационного агентства DOI Registration Agency. Мы формируем и присваиваем всем статьям и книгам, в печатном, либо электронном виде, оригинальный цифровой код. Префикс и суффикс, будучи прописанными вместе, образуют определяемый, цитируемый и индексируемый в поисковых системах, цифровой идентификатор объекта — digital object identifier (DOI).

[Отправить статью в редакцию](#)

Этапы рассмотрения научной статьи в издательстве NOTA BENE.



Содержание

Савельев В.С., Дин П. Особенности образования негатонимов (на материале «Словаря псевдонимов русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» М. Шрубы)	1
Жабо Н.И., Авдоница М.Ю. Французские цветообозначения оттенков желтого и их соответствия в русском языке	16
Ло Ч. Грамматические ошибки, допускаемые студентами при последовательном переводе фразеологизмов с русского языка на китайский	29
Лю Б., Перфильева Н.В. Ризоматичность новостных заголовков цифровых медиа на русском и китайском языках	41
Вань Г., Шабельская Н.К. Отражение концепта «Справедливость» в сознании русского и китайского народов	51
Ян Ц. Лексическое выражение концепта «gore/tongku» в русском и китайском языках	61
Начарова Л.И. Традиционные рекламные инструменты в PR-стратегии социальной сети «ВКонтакте»	74
Ван Л. Осмысление творческого наследия Ф. М. Достоевского в произведениях Л. Д. Зиновьевой-Аннибал	85
Лю С., Блохин И.Н., Гурушкин П.Ю., Громова Т.М. Пользовательская оценка значения сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве	94
Диреев И.Д. Дезинформация в средствах массовой информации: проблемы, вызовы и пути решения	106
Чжоу Ш. Создание эффекта присутствия в мобильных трансляциях основных СМИ во время чрезвычайных событий	120
Чэнь Ч. Имидж Китая в газете «Жэньминь жибао» на российской платформе VK	135
Баранова Е.А. Контент-маркетинг как инструмент продвижения медиабренда	145
Ма Ф., Булгарова Б.А., Чэнь Ф., Мондал П. Риски и пути управления генеративным искусственным интеллектом в основных средствах массовой коммуникации	156
Парфененко Е.Н. Особенности установления лексем, репрезентирующих концепт "исправительное учреждение" в английском и русском пенитенциарном дискурсе	168
Ван Ф., Галай К.Н. Женский образ в русской деревенской прозе (религиозный аспект)	179
Пак М.Д. Деструктивная эмоция гнева в корейских идиомах	191
Баканова А.В., Терентьева Е.Д. Сборник пословиц Маркиза де Сантильяны и его вклад в формирование пиренейской паремиологической традиции	214
Бай Я. Рецепция творчества К. Д. Бальмонта в Китае	226
Цао Ц., Тепляшина А.Н., Мельник Г.С., Лукин С.С. Формирование современного медиаландшафта Арабской Республики Египет	236
Англоязычные метаданные	249

Contents

Savel'ev V.S., Ding P. Features of the Formation of Negatonyms (Based on M. Shruba's "Dictionary of Pseudonyms of Russian Emigrants in Europe (1917–1945)")	1
Zhabo N.I., Avdonina M.Y. French color denotations of shades of yellow and their correspondences in the Russian language	16
Luo Z. Grammatical errors made by students when translating phraseological units from Russian into Chinese.	29
Liu B., Perfilieva N.V. Rhizomatic Nature of Digital Media News Headlines in Russian and Chinese	41
WAN G., Shabelskaya N.K. Reflection of the concept of "Justice" in the Russian and Chinese language pictures of the world	51
Yang Z. Lexical Representation of the Concept «Гопе/tongku» in Russian and Chinese Languages	61
Nacharova L.I. Conventional advertising tools in the PR strategy of the social network "VKontakte"	74
Wang L. Thinking about the creative heritage of F. M. Dostoevsky in the works of L. D. Zinovieva-Annibal	85
Liu S., Blokhin I.N., Gurushkin P.Y., Gromova T.M. User assessment of the importance of online media in Russian-Chinese cooperation	94
Direev I.D. Disinformation in the media: problems, challenges and solutions	106
Zhou S. Creating the effect of presence in mobile broadcasts of the main media during emergency events	120
Chen Z. China's Image in the People's Daily Newspaper on the Russian Platform VK	135
Baranova E.A. Content Marketing as a Tool for Promoting Mass Media Brand	145
Ma F., Bulgarova B.A., Chen F., Mondal P. Risks and Governance Paths of Generative Artificial Intelligence in Mainstream Media Communication	156
Parfenenko E.N. The peculiarities of the lexemes representing the concept of "correctional institution" in English and Russian penitentiary discourse	168
Wang F., Galai K.N. Female image in Russian village prose (religious aspect)	179
Pak M.D. The destructive emotion of anger in Korean idioms	191
Bakanova A.V., Terent'eva E.D. Collection of proverbs by Marquis de Santillana and his contribution to the formation of the Pyrenean paremiological tradition	214
Bai Y. Reception of K. D. Balmont's Works in China	226
Cao Z., Teplyashina A.N., Melnik G.S., Lukin S.S. Formation of the modern media landscape of the Arab Republic of Egypt	236
Metadata in english	249

Litera

Правильная ссылка на статью:

Савельев В.С., Дин П. Особенности образования негатонимов (на материале «Словаря псевдонимов русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» М. Шрубы) // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72884 EDN: VBCNYW URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72884

Особенности образования негатонимов (на материале «Словаря псевдонимов русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» М. Шрубы)

Савельев Виктор Сергеевич

доктор филологических наук

профессор; кафедра русского языка; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

119991, Россия, г. Москва, ул. Ленинские горы, д. 1

✉ alfertinbox@mail.ru



Дин Пэй

аспирант; кафедра русского языка; Московский государственный университет им. МВ. Ломоносова

119991, Россия, г. Москва, ул. Ленинские горы, д. 1

✉ DingPei121@163.com



[Статья из рубрики "Лингвистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72884

EDN:

VBCNYW

Дата направления статьи в редакцию:

26-12-2024

Дата публикации:

02-01-2025

Аннотация: Объектом исследования являются негатонимы (негативные псевдонимы) авторов первой волны русской эмиграции XX в. Негатонимы представляют собой разновидность псевдонимов, значение которых сводится к отрицанию того, что называет

их производящая база. Материалом исследования служат негатонимы, вошедшие в «Словарь псевдонимов русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» М. Шрубы. Данный источник включает около 9800 псевдонимов, среди которых удалось установить 71 негатоним. В качестве предмета исследования выступают особенности образования негативных псевдонимов, к которым относятся способы и средства их образования (в том числе производящие базы и дериваторы), типы мотивации (определяются типовые лексические значения производящих баз негатонимов), а также словообразовательные модели (продуктивные и непродуктивные), используемые при образовании негативных псевдонимов. При анализе материала используется описательный метод исследования (выделены единицы описания, определены их свойства и характеристики, произведено обобщение установленных фактов и их интерпретация). Устанавливаются способы и средства образования, особенности написания, а также типы мотивации однословных и неословных негатонимов, при этом сопоставительный их анализ позволяет определить наиболее продуктивные модели. Отмечаются 2 особенности негатонимов, которые использовали авторы первой волны эмиграции периода 1917-1940 гг.: 1) значения многих из негативных псевдонимов связаны с реализацией концепта «свой» vs. «чужой», при этом в большинстве случаев псевдонимы содержат оценку местоположения автора, сводимую к тому, что автор свидетельствует свою чужеродность «новому миру», частью которого он себя не считает; 2) регулярно указываются политические взгляды автора – принадлежность той или иной партии или, наоборот, аполитичность. Также устанавливается, что негатонимы позволяют авторам реализовать свои способности к словотворчеству, используя различные средства языковой игры.

Ключевые слова:

антропонимы, псевдонимы, негатонимы, Словарь М. Шрубы, словообразование, производящие базы, семантическая мотивированность, свой и чужой, языковая игра, параграфемика

Введение

Одним из объектов современной лингвистики являются *псевдонимы* – слова, которые обозначают «вымышленное имя, существующее в общественной жизни человека наряду с настоящим именем или вместо него» [\[1, с. 113\]](#). Псевдонимы анализируются в ряде исследований последних десятилетий (см. [\[2\],\[3\],\[4\],\[5\],\[6\],\[7\],\[8\],\[9\],\[10\],\[11\]](#)), однако далеко не все аспекты их изучения были затронуты в научной литературе. Так, одним из видов псевдонимов, который представляет интерес для исследования лингвистами, являются негатонимы (негативные псевдонимы). В. Г. Дмитриев приводит следующее определение негатонимов: «Негатоним – это подпись, отрицающая принадлежность автора к той или иной профессии, партии и так далее, или противопоставляющая его тому или иному писателю» [\[12, с. 313\]](#). Изучение негатонимов может позволить выявить факты, имеющие как социальную и культурную, так и чисто лингвистическую значимость.

Одним из основных источников изучения русских псевдонимов является «Словарь псевдонимов русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» М. Шрубы, изданный в 2018 году. Он включает около 9800 псевдонимов, относящихся к периоду русской эмиграции первой волны. Подсчеты показали, что в словаре насчитывается 71 негатоним.

Основная часть

Анализ негатонимов позволил определить способы и средства их образования (производящие базы и дериваторы), а также типы мотивации. Крайне существенным для оценки негатонимов оказалось установление типовых лексических значений их производящих баз (далее – ПБ), поскольку именно они мотивируют образование негатонимов: их авторы отрицают то, что им свойственна характеристика, которую называет ПБ псевдонима. В связи с этим не менее важным представляется то, что, на наш взгляд, к негатонимам могут быть отнесены не только псевдонимы, включающие формант «не», но также и те слова, словообразовательное значение которых выражается иными деривационными средствами (*Бездомный* – тот, у которого *нет* дома; *Беспартийный* – тот, который *не* принадлежит какой-либо партии и под.).

Полученные результаты представлены в виде описания установленных нами словообразовательных пар. Указываются следующие характеристики: 1) способы образования, 2) типы дериватов (однословные или неоднословные), 3) дериваторы, 4) производящие базы и их характеристики (частеречная принадлежность и значение). После каждого из негатонимов в скобках указывается автор псевдонима (если автор псевдонима неизвестен, в скобках указывается «= ?»), а также дается ссылка на «Словарь» М. Шрубы. В некоторых случаях также приводятся версии происхождения негатонимов.

1. Однословные негатонимы

1.1 Префиксальные способы

1.1.1 Словообразовательные модели с приставкой *не-*

Особенностью негатонимов с приставкой *не-* является то, что она может быть написана слитно или через дефис.

Относительно возможного написания приставки *не-* через дефис В. В. Лопатин пишет следующее: «Недопустимы слитные написания с одной прописной буквой в середине слова. Поэтому после начальной части слова, по основным правилам пишущейся слитно, – после приставки, первой части сложного или сложносокращенного слова – следует писать дефис, если вторая часть представляет собой собственное имя и потому пишется с прописной буквы. Примеры: *не-Россия* (...*не-России* трудно понять *Россию*. – Из газ.)» [13, с. 97]. Как мы видим, формант *не-*, написание которого связано с употреблением дефиса, оценивается именно как приставка, что делает возможным объединить случаи слитного и дефисного написания. При этом анализ негатонимов показывает, что написание *не-* через дефис оказывается возможным не только в случаях, описанных В. В. Лопатиным.

1.1.1.1 ПБ: собственное существительное

(1) ПБ: фамилия или имя

Верещагин > *Не-Верещагин* (= ?) [14, с. 992];

Владимир > *Не-Владимир* (= ?) [14, с. 973];

Карамзин > *Некарамзин* (= ?) [14, с. 875];

Каринский > *Не-Каринский* (= Владимир Федорович Каринский) [14, с. 304];

Красов > *Не-Красов* (= Леонард Юлианович Пирагис) [14, с. 304].

Особое внимание обращают на себя два псевдонима.

Негатоним *Не-Каринский* образован на базе настоящей фамилии автора – В. Ф. Каринского, что является особым средством создания комического эффекта.

Негатоним *Не-Красов* образован на базе фамилии великого русского поэта Н. А. Некрасова, в которой формант *не-* отделен дефисом от остальной части фамилии. Таким образом, Л. Ю. Пирагис реализует языковую игру, образуя псевдоним, с одной стороны, называющий классика русской литературы, а с другой – свидетельствующий, что автор псевдонима таковым не является.

(2) ПБ: псевдоним

Буква > *Не-Буква* (= Илья Маркович Василевский) [\[14, с. 302\]](#);

Кобзарь > *Не-Кобзарь* (= ?) [\[14, с. 939\]](#).

Негатонимы, ПБ которых стали псевдонимы других авторов, требуют специального комментария.

Автор негатонима *Не-Буква* журналист Илья Маркович Василевский являлся однофамильцем другого знаменитого журналиста – Ипполита Федоровича Василевского. В связи с этим «И. М. Василевский выбрал негатоним *Не-Буква* в честь Ипполита Василевского, который подписывался как *Буква*» [\[15\]](#). На наш взгляд, И. М. Василевский через выбор псевдонима-негатонима показал, что, с одной стороны, он не является И. Ф. Василевским, а с другой – выразил особо уважительное отношение к однофамильцу.

Псевдоним неустановленного автора *Не-Кобзарь*, на наш взгляд, был мотивирован ПБ *Кобзарь* – прозвищем Т. Г. Шевченко, самой известной книгой которого был сборник поэзии «Кобзарь». Известен факт, что «после издания этого сборника кобзарем стали называть самого Тараса Шевченко. Даже сам автор после своих некоторых повестей начал подписываться "Кобзарь Дармограй"» [\[16, с. 1\]](#). О том, что ПБ являлся именно псевдоним, а не нарицательное существительное *кобзарь*, на наш взгляд, свидетельствует то, что в негатониме мотиватор пишется с заглавной буквы.

1.1.1.2 ПБ: нарицательное существительное

(1) ПБ: существительное, называющее человека по сфере его деятельности

Академик > *Не-академик* (= ?) [\[14, с. 863\]](#);

Депутат > *Недепутат* (= Василий Григорьевич Григорьев) [\[14, с. 303\]](#);

Дипломат > *Не-дипломат* (= ?) [\[14, с. 883, 935\]](#);

Дипломат > *Не-Дипломат* (= ?) [\[14, с. 936\]](#);

Нарком > *Ненарком* (= Виктор Михайлович Чернов) [\[14, с. 305\]](#);

Педагог > *Не-педагог* (= ?) [\[14, с. 863\]](#);

Политик > *Не-политик* (= Яков Дмитриевич Земский) [\[14, с. 952\]](#);

Политик > *Неполитик* (= ?) [\[14, с. 973\]](#);

Поэт > *Не-поэт* = Константин Яковлевич Шумлевич (?) [\[14, с. 305, 900\]](#);

Рецензент > *Не-рецензент* (= Зинаида Николаевна Журавская) [\[14, с. 305\]](#);

Юрист > *Не-юрист* (= ?) [\[14, с. 1004\]](#).

Обращает на себя внимание то, что в большинстве случаев негатонимы называют «непринадлежность» к представителям определенной профессиональной сферы. К ним относятся творческие профессии (*Не-поэт*), профессии, связанные с наукой и образованием (*Не-академик*, *Не-педагог*, *Не-рецензент*), административная, юридическая и политическая деятельность (*Недепутат*, *Ненарком*, *Не-политик*, *Неполитик*, *Не-юрист*).

В некоторых случаях использование негатонима, на наш взгляд, отражает стремление автора активировать в сознании читателя определенные коннотации. Так, слово *Ненарком* не только указывает на то, что автор не занимает определенную должность, но и акцентирует внимание на его политических взглядах, подчеркивая его оппозиционность к советской власти и ее социальным институтам.

Обращает на себя внимание вариативность написания *Не-политик* и *Неполитик*, а также *Не-дипломат* и *Не-Дипломат*.

(2) ПБ: существительное, называющее человека по его увлечению чем-л.

Спортсмен > *Не-спортсмен* (= ?) [\[14, с. 988\]](#);

Театрал > *Не-театрал* (= Глеб Петрович Струве) [\[14, с. 306\]](#);

Театрал > *Не-Театрал* (= ?) [\[14, с. 875\]](#).

Данные негатонимы указывают на то, что авторам не свойственны увлечения театром и спортом.

Негатоним *Не-спортсмен* можно отнести также и к группе псевдонимов, называющих отсутствие принадлежности к определенной сфере деятельности, поскольку, согласно определению слова *спортсмен* в «Толковом словаре русского языка» под ред. Д. И. Ушакова, оно имеет два значения: «человек, систематически занимающийся спортом, или человек, у которого спорт является профессиональным занятием» [\[17, с. 448\]](#).

Обращает на себя внимание вариативность написания *Не-театрал* и *Не-Театрал*.

(3) ПБ: существительное, дающее характеристику человеку по его политическим взглядам или партийной принадлежности

Коммунист > *Не-коммунист* (= ?) [\[14, с. 304, 931, 978\]](#);

Младоросс > *Не-младоросс* (= ?) [\[14, с. 990\]](#);

Монархист > *Не-монархист* (= ?) [\[14, с. 952\]](#).

Негатонимы *Не-коммунист*, *Не-младоросс* и *Не-монархист* иллюстрируют отношение авторов к царской и советской власти, подчеркивая их критическую позицию по

отношению к данным политическим системам, причем их оценки, судя по конструируемым негатонимам, могут быть прямо противоположны.

(4) ПБ: существительное, дающее характеристику человеку по его местоположению

Зарубежник > Не-зарубежник (= ?) [\[14, с. 863\]](#);

Москвич > Немосквич (= ?) [\[14, с. 815\]](#);

Эмигрант > Не-эмигрант (= ?) [\[14, с. 815\]](#).

Установление в качестве ПБ негатонима *Не-зарубежник* слова *зарубежник* связано с тем, что данное слово фиксируется словарями XIX в.; в частности, в «Толковом словаре» В. И. Даля его значение определяется как «зарубежный сосед или житель» [\[18, с. 649\]](#).

Интересно, что негатонимы *Не-зарубежник* и *Не-эмигрант* отрицают характеристику, объективно свойственную авторам русского зарубежья, являясь примерами своеобразной авторской языковой игры.

(5) ПБ: существительное, дающее характеристику человеку по степени его развития

Дикарь > Не-дикарь (= ?) [\[14, с. 877\]](#).

(6) ПБ: существительное, называющее человека по его национальности

Китаец > Не-китаец (= ?) [\[14, с. 863\]](#).

(7) ПБ: существительное, называющее растение

Шиповник > Не-Шиповник (= ?) [\[14, с. 939\]](#).

Мотивация этого негатонима может быть связана с коннотацией, порождаемой употреблением слова *шиповник* как наименования растения, обладающего колючками.

Как видно из примеров, нарицательные существительные, используемые в качестве ПБ негатонимов, выражают самые различные значения, однако большинство из них объединяет то, что они дают характеристику человеку как члену определенного социума. Используя эти негатонимы, авторы дистанцируются от называемой социальной, политической или культурной идентичности, что является важной характеристикой их мировоззрения.

1.1.1.3 ПБ: глагол со значением перемещения

Возвращаться > Невозвращенец (= ?) [\[14, с. 815\]](#);

Возвращаться > Не-возвращенец (= ?) [\[14, с. 863\]](#).

В «Словаре» В. И. Даля словене *возвращенец* отсутствует, но при этом оно представлено в «Толковом словаре» под ред. Д. И. Ушакова: «Лицо, не вернувшееся на родину из-за границы и изменнически перешедшее в лагерь врагов СССР» [\[19, с. 486\]](#). Таким образом, события, происходившие в России в начале XX в., привели к появлению особой социальной группы и необходимости именования людей, которые к этой группе

относятся. Вполне логично, что данное слово обнаруживается и в «Словаре» М. Шрубы: авторы псевдонима констатируют свою принадлежность к русскому зарубежью. Примечательно также, что слово *возвращенец* не обнаруживается ни в одном из упомянутых словарей.

Обращает на себя внимание вариативность слитного и дефисного написания негатонима разными авторами.

1.1.1.4 ПБ: прилагательное

В данной группе мы объединяем используемые в качестве ПБ прилагательные и причастия, выражающие признаковые значения; возможность отнесения причастий к данной группе мотивирована тем, что они называют постоянные статичные признаки субъектов. Об адъективизации причастий свидетельствует и то, что образованные от них негатонимы пишутся с формантом *не-* слитно или через дефис.

(1) ПБ: прилагательное, называющее личностное качество или особенность мировоззрения человека

Видный > Невидный (= ?) [\[14, с. 1004\]](#);

Зависимый > Независимый (= ?) [\[14, с. 847, 863\]](#);

Известный > Неизвестный (= ?) [\[14, с. 836\]](#);

Исправимый > Неисправимый (= Сергей Львович Войцеховский) [\[14, с. 304\]](#);

Надежный > Ненадежный (= ?) [\[14, с. 973\]](#);

Новый > Не-Новый (= ?) [\[14, с. 863\]](#);

Примыкающий > Не-примыкающий (= Григорий Леонидович Лозинский) [\[14, с. 305\]](#);

Унывающий > Неунывающий (= Лев Давидович Троцкий) [\[14, с. 306\]](#).

Негатонимы данной группы представляют собой самохарактеристики авторов, выражающие их восприятие своих личностных качеств и мировоззрения. Данные псевдонимы акцентируют внимание читателей на различных признаках, которые объединяет то, что все они, по мысли авторов, являются важными для создания образа автора, использующего псевдоним. При этом преимущественно речь идет о признаках, которые определяют взаимоотношения автора и социума.

(2) ПБ: прилагательное со значением характеристики человека по месту жительства

Здешний > Не-здешний (= ?) [\[14, с. 828\]](#);

Здешний > Нездешний (= ?) [\[14, с. 828\]](#).

Номинация *Не-здешний* (*Нездешний*) основывается на использовании дейктического слова *здешний*, которое происходит от местоименного наречия *здесь*. Дейктическое слово «здесь» в русском языке часто используется для оформления концепта «свой // чужой», то есть для разграничения принадлежности к определенному социуму и/или территории или отчужденности от них. Слово *нездешний* имеет значение «не местный», «не принадлежащий к этому месту». Автор, использующий данный псевдоним, заявляет о

своей непринадлежности к окружающему обществу.

Обращает на себя внимание вариативность дефисного и слитного написания негатонимов *Не-здесьний* и *Нездешний*.

В отношении большинства негатонимов, образованных от прилагательных, можно сказать, что они связаны с выражением значения отстраненности авторов от социальных или культурных норм и ожиданий. На наш взгляд, эти слова, являясь негативными по форме, отражают стремление авторов подчеркнуть свою индивидуальность через отрицание тех качеств, которые они либо не признают, либо намеренно отрицают в контексте общественных или личных стандартов.

1.1.1.5 ПБ: местоимение

Свой > *Несвой* (= ?) [\[14, с. 1002\]](#).

Негатоним *Несвой* является самохарактеристикой автора, отражающей его восприятие себя в контексте концепта «свой» vs. «чужой». Данный негатоним подчеркивает чувство отчуждения, отсутствие принадлежности тому миру, в котором находится автор.

1.2 Сочетание знаменательных слов и отрицательной частицы *не*

Формально псевдонимы, относимые к группе 1.2, представляют собой неоднословные сочетания, однако, на наш взгляд, классифицировать их следует как однословные негатонимы: частица *не* в этом случае выступает не в качестве ПБ, а как словообразовательный формант. О том же говорит и тот факт, что написание некоторых из них вариативно (ср. *Не-дипломат* и *Не дипломат*, *Не-рецензент* и *Не рецензент*).

1.2.1 Словообразовательные модели с отрицательной частицей *не* и существительным

1.2.1.1 ПБ: собственное существительное

(1) ПБ: имя или фамилия

Гу, *Фо* > *Не Гу* и *не Фо* (= ?) [\[14, с. 914\]](#).

Судя по использованию заглавных букв в отрицаемых компонентах псевдонима, можно предположить, что *Гу* и *Фо* являются именами собственными. Однако для подтверждения данной версии происхождения псевдонима необходимо обладать большей информацией, чем имеется в настоящий момент.

1.2.1.2 ПБ: нарицательное существительное

(1) ПБ: существительное, называющее человека по сфере его деятельности

Врач > *Не врач* (= ?) [\[14, с. 869\]](#);

Дипломат > *Не дипломат* (= ?) [\[14, с. 845, 878\]](#);

Доктор > *Не доктор* (= ?) [\[14, с. 979\]](#);

Изобретатель > *Не изобретатель* (= ?) [\[14, с. 875\]](#);

Рецензент > *Не рецензент* (= ?) [\[14, с. 963, 1024, 1039\]](#);

Учитель > *Не учитель* (= ?) [\[14, с. 818\]](#).

Негатонимы данной группы являются самохарактеристиками авторов, отражающими их восприятие своей профессиональной принадлежности.

Обращает на себя внимание вариативность написания *Не дипломат*, *Не-дипломат* и *Не-Дипломат*, а также *Не рецензент* и *Не-рецензент*.

(2) ПБ: существительное, дающее характеристику человеку по его местоположению

Бессарабец > *Не Бессарабец* (= ?) [\[14, с. 850\]](#).

ПБ данного негатонима указывает на местоположение: «Бессарабия всегда была многонациональной территорией, где проживали молдаване (румыны), украинцы, русские и другие народы. Сегодня регион сохраняет историческое значение и культурное наследие, оставаясь важной частью историко-географической карты Восточной Европы» [\[20, с. 381\]](#). В то же время в «Словаре» И.Ф. Масанова указывается, что псевдоним *Бессарабец*, Л в 1910-е гг. использовал композитор и издатель Л. Идзиковский [\[21, с. 206\]](#). Таким образом, следует признать возможность вариативной трактовки негатонима *Не Бессарабец*, о чем косвенно свидетельствует написание мотиватора данного псевдонима с заглавной буквы.

1.3 Префиксально-суффиксальные способы

1.3.1 Словообразовательные модели с приставкой *бес-/без-* и суффиксом *-н-*

Рассматриваемые в данном разделе негатонимы формально являются прилагательными, однако в контексте их употребления авторами они функционируют как субстантиванты. Это явление обусловлено семантическими и прагматическими аспектами использования языка, что позволяет данным словам приобретать статус самостоятельных номинативных единиц.

1.3.1.1 ПБ: нарицательное существительное

(1) ПБ: существительное со значением жилья

Дом > *Бездомный* (= Сергей Поспехов) [\[14, с. 109\]](#).

Негатоним *Бездомный* указывает на отсутствие постоянного жилья, что, вероятно, свидетельствует о социальной неустроенности автора или, по крайней мере, об образе автора, который он стремится создать.

(2) ПБ: существительное со значением партийной принадлежности.

Партия > *Безпартийный* (= ?) [\[14, с. 929\]](#);

Партия > *Беспартийный* (= Александр Иванович Цакони) [\[14, с. 112\]](#).

Негатонимы *Безпартийный* и *Беспартийный* указывают на отсутствие принадлежности к какой-либо партии, что может восприниматься как отказ от участия в политической жизни общества (ср. с негатонимом *Не-примыкающий*).

Также обращает на себя внимание вариативность написания приставки *без-/бес-* в негатонимах *Безпартийный* и *Беспартийный*.

1.3.2 Словообразовательные модели с приставкой *за-* и суффиксом *-н-*

Возможность отнесения слов, образованных данным способом, к негатонимам, на наш взгляд, мотивирована наличием у них коннотативного значения, включающего отрицание (псевдоним *Зарубежный* означает не только «тот, который находится за рубежом (Родины)», но и «тот, который находится не на Родине» и под.).

1.3.2.1 ПБ: нарицательное существительное

(1) ПБ: существительное со значением местонахождения

Рубеж (за рубежом) > Зарубежный (= ?) [\[14, с. 815\]](#).

Негатоним *Зарубежный* отражает авторское восприятие себя как человека, который в настоящий момент находится не на Родине, а в месте, которое является для него чужим.

2. Неоднословные негатонимы

Неоднословные негатонимы включают не менее двух слов. В качестве ПБ нами указываются те из них, которые «подвергаются» отрицанию.

2.1 Префиксальные способы

2.1.1 Словообразовательные модели с приставкой *не-*

2.1.1.1 ПБ: собственное существительное

(1) ПБ: фамилия

Крылов > Некрылов, Вл (= ?) [\[14, с. 999\]](#);

Крылов > Некрылов, Влад. [Некрылов, В.] (= Илья Борисович Хавкин) [\[14, с. 304\]](#).

И. А. Крылов – русский баснописец, один из общепризнанных классиков русской литературы. «Возможность использования этих имен в качестве базы для образования негатонимов, на наш взгляд, свидетельствует об особом месте, которое они занимают в сознании представителей русской культуры: это общеизвестные прецедентные имена, вызывающие вполне определенные ассоциации у читателей, а потому возможные для использования в качестве источников негатонимов» [\[22, с. 171\]](#).

2.1.1.2 ПБ: прилагательное

(1) ПБ: прилагательное со значением характеристики человека

Покорный > Непокорный, М. (= Михаил Аркадьевич Сопочко-Сырокомля) [\[14, с. 305\]](#);

Понятная > Непонятная женщина (= Михаил Андреевич Осоргин) [\[14, с. 305\]](#);

Унывающий > Неунывающий россиянин (= ?) [\[14, с. 1024\]](#).

Обращает на себя внимание псевдоним М. А. Осоргина *Непонятная женщина*, соотнесение которого с гендером писателя показывает абсурдность данной номинации, представляющей собой пример яркой авторской языковой игры. Примечательно, что и фамилия писателя – Осоргин – в действительности является псевдонимом М. А. Ильина (см. [\[23, с. 707\]](#)).

(2) ПБ: прилагательное со значением принадлежности политическому строю

Советский > Несоветский экономист (= ?) [\[14, с. 878\]](#).

(3) ПБ: прилагательное со значением волеизъявления

Вольный > Невольный рижанин (= ?) [\[14, с. 989\]](#);

Вольный > Невольный туркестанец (= ?) [\[14, с. 1004\]](#).

В обоих случаях негативы указывают, что нынешнее местоположение автора (*рижанин, туркестанец*) является вынужденным.

(4) ПБ: прилагательное со значением известности человека

Известный > Неизвестный, Эверт (= Никита Андреевич Крылов) [\[14, с. 303\]](#).

Как показывают приведенные примеры, негативы, образованные от ПБ, включающих прилагательные, называют самые различные характеристики – от политических взглядов авторов до их личностных качеств.

2.1.1.3 ПБ: наречие

(1) ПБ: наречие со значением времени

Давно > Недавно бежавший (= ?) [\[14, с. 815\]](#).

В сочетании с субстантиватом *бежавший* наречие *недавно* указывает на то, что автор псевдонима некоторое время назад не по своей воле стал эмигрантом.

2.1.1.4 ПБ: фразеологизм

(1) фразеологизм со значением характеристики человека

Иван, родства не помнящий > Непомнящий, Иван (= ?) [\[14, с. 828\]](#).

Данный негатив образуется на базе фразеологизма *Иван, родства не помнящий*: «В царской России пойманные беглые каторжники, скрывая свое прошлое, утаивали настоящее имя и фамилию, называли себя Иванами и говорили, что родства они не помнят; в полиции их записывали "не помнящими родства", отсюда и пошло их прозвище "Иван Непомнящий"» [\[24, с. 235\]](#).

2.2 Префиксально-суффиксальные способы

2.2.1 Словообразовательные модели с приставкой без- и суффиксом -н-

2.2.1.1 ПБ: нарицательное существительное

(1) ПБ: существительное со значением эмоционального состояния человека

Печаль > Беспечальный, Андрей (= Александр Владимирович Бобрищев-Пушкин) [\[14, с. 112\]](#).

(2) ПБ: существительное со значением жилья

Дом > Бездомный, Кузьма (= Кузьма Николаевич Пелехатый) [\[14, с. 109\]](#);

Дом > Бездомный, Лев (= Лев Федорович Мансветов) [\[14, с. 109\]](#);

Дом > Поспехов-Бездомный, Сергей (= Сергей Поспехов) [\[14, с. 109\]](#).

Интересно, что негатонимы *Бездомный* и *Беспечальный* называют по сути противоположные социальные характеристики человека: псевдоним *Бездомный*, на наш взгляд, сообщает не только об отсутствии жилья, но и о социальной изоляции автора, в то время как псевдоним *Беспечальный* сообщает о социальной адаптированности автора, способного преодолевать жизненные невзгоды.

2.2.2 Словообразовательные модели с приставкой *за-* и суффиксом *-н-*

2.2.2.1 ПБ: нарицательное существительное

(1) ПБ: существительное со значением местонахождения

Рубеж (за рубежом) > Зарубежная, М. (= ?) [\[14, с. 1024\]](#).

Негатоним *Зарубежная, М.* указывает на то, что автор в настоящий момент находится не в родной стране. В отличие от схожего по семантике негатонима *Зарубежный*, негатоним *Зарубежная, М.* используется в форме женского рода, что является достаточно редкой грамматической характеристикой негатонимов.

Заключение

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Однословные негатонимы используются чаще, чем неоднословные (55 однословных и 16 неоднословных). Образование однословных и неоднословных негатонимов в большинстве случаев связано с негацией слов одной и той же частеречной принадлежности (чаще всего нарицательных существительных – 34 однословных и 5 неоднословных, собственных существительных – 8 однословных и 2 неоднословных, прилагательных – 10 однословных и 7 неоднословных) и использованием одних и тех же словообразовательных формантов (чаще всего приставки *не-* – 43 однословных и 11 неоднословных), при этом зачастую негации подвергаются одни и те же слова – прилагательные (ср. *Неунывающий* и *Неунывающий россиянин*, *Неизвестный* и *Эверт Неизвестный*, *Бездомный* и *Кузьма Бездомный*, *Зарубежный* и *М. Зарубежная*).

2. Мотивированность негатонимов авторов «русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» [\[14\]](#) связана с отрицанием ряда типовых значений, выражаемых ПБ, и прежде всего обращает на себя внимание то, что многие из них так или иначе связаны с реализацией концепта «свой» vs. «чужой»: в своем псевдониме автор реализует идею оторванности от «своего» мира, чужеродности тому миру, в котором он находится в данный момент (*Несвой*), неприкаянности (*Бездомный*, *Кузьма Бездомный*). В подавляющем большинстве случаев это связано с пространственной локализацией автора (*Не-здешний*, *Нездешний*), при этом «точкой отсчета» в этом отношении является прежнее, но до сих пор мыслимое как «свое» пространство (*Немосквич*, *Зарубежный*, *М. Зарубежная*, *Невозвращенец*, *Не-возвращенец*). Указывается, что перемещение в «чужой» мир произошло не по своей воле (*Невольный рижанин*, *Невольный туркестанец*, *Недавно бежавший*). В ряде случаев авторы конструируют негатонимы, отрицающие реальное положение дел (*Не-зарубежник*, *Не-эмигрант*).

3. Еще одной особенностью состава негатонимов авторов русской эмиграции первой волны является то, что многие из них отражают их политические воззрения. При этом обнаруживаются две прямо противоположные тенденции: авторы указывают на свои политические предпочтения (*Не-коммунист, Не-младоросс, Не-монархист*) или подчеркивают свою аполитичность (*Не-политик, Неполитик, Не-примыкающий, Безпартийный, Беспартийный*). В некоторых случаях политические взгляды авторов устанавливаются как коннотации, связанные с отрицанием принадлежности социальным институтам советской власти (*Ненарком, Несоветский экономист*).

4. В ряде случаев мотивированность негатонимов выглядит неоднозначно (см. *Не Гу и не Фо, Не Бессарабца*) и требует особого изучения.

5. В ряде случаев создание негатонима позволяет автору проявить свои способности к словотворчеству. Наиболее яркими примерами авторской языковой игры являются, на наш взгляд, негатонимы *Не-Буква, Не-Каринский, Не-Красов, Непонятная женщина*: конструируя их, авторы использовали различные ресурсы русского языка.

6. Образованию негатонимов свойственна графическая вариативность: возможны слитное vs. дефисное vs. раздельное написание (ср. *Нездешний* и *Не-здешний, Неполитик* и *Не-политик, Не-дипломат* и *Не дипломат, Не-рецензент* и *Не рецензент*) и использование строчной vs. заглавной буквы при написании мотиватора (ср. *Не-дипломат* и *Не-Дипломат, Не-театрал* и *Не-Театрал*). Выбор автором того или иного варианта, на наш взгляд, связан с его желанием акцентировать внимание читателя на мотиваторе или подчеркнуть единство образуемого слова.

Библиография

1. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1988.
2. Суперанская А. В., Суслова А. В. Современные русские фамилии. М.: Издательство Наука, 1981.
3. Батюкова Н. В. Нормативное в социальной роли индивида // Живое слово в русской речи Прикамья. Прм.: Пермский государственный университет, 1992.
4. Голомидова М. В. Искусственная номинация в русской ономастике. Екб.: Уральский государственный педагогический университет, 1998.
5. Мочалкина К. С. Псевдонимы в системе современной русской антропониимии. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Вгг.: Волгоградский государственный педагогический университет, 2004.
6. Алефиренко Н. Ф. Спорные проблемы семантики. М.: Гнозис, 2005.
7. Прокопьева О. В. Структура псевдонимов // Вестник Чувашского университета. 2011. № 4. С. 278-280.
8. Калинин В. М. Знакомьтесь: поэтонимология // Вестник Тамбовского университета. Серия филологические науки и культурология. 2017. Т. 3. Вып. 1 (9). С. 10-17.
9. Карпинец Т. А., Балакирева Е. А. «Всеобщее оборотничество»: Псевдонимы поэтов серебряного века // Актуальные вопросы фундаментальных наук в техническом вузе. Кем.: Издательство: Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф., 2021. С. 102-113.
10. Савельев В. С. Псевдонимы, включающие названия букв кириллицы: структура и способы образования. Статья 1 // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2023а. № 2. С. 71-83.
11. Савельев В. С. Псевдонимы, включающие церковнославянские названия букв кириллицы: структура и способы образования (статья 2) // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2023б. № 3. С. 21-33.

12. Дмитриев В. Г. Скрывшие свое имя. М.: Наука, 1980.
13. Лопатин В. В. Правила русской орфографии и пунктуации. Полный академический справочник. М.: АСТ, 2009.
14. Шруба М. Словарь псевдонимов русского зарубежья в Европе (1917 – 1945). М.: Новое литературное обозрение, 2018.
15. Богданова О. В. Энциклопедический словарь " Литераторы Санкт-Петербурга. XX век". 2024. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lavkapisateley.spb.ru/enciklopediya/> (дата обращения: 07. 07. 2024)
16. Шевченко Т. Кобзарь. СПб.: Издательство «Библиотечка копейка», 1911.
17. Ушаков Д. И. Толковый словарь русского языка Д. И. Ушакова. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1940; Том IV.
18. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка В. Даля. СПб., М.: Издание книгопродавца-типографа М.О. Вольфа, 1880; Т. 1.
19. Ушаков Д. И. Толковый словарь русского языка Д. И. Ушакова. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1938; Том II.
20. Жуков Е. М. Советская историческая энциклопедия. М.: Государственное научное издательство «Советская энциклопедия», 1962; Т. 2.
21. Масанов И.Ф. Словарь псевдонимов русских писателей, ученых и общественных деятелей. М.: Издательство Всесоюзной Книжной Палаты, 1960; Т. 4.
22. Савельев В. С. Красов, Некрасов и Не-Некрасов // Карабихские научные чтения. После юбилея: Новые перспективы изучения Н. А. Некрасова и его эпохи. Яр.: Издательство: ООО «Академия 76». 2022. С. 168-172.
23. Скатова Н. Н. Русская литература XX века. Прозаики, поэты, драматурги. Библиографический словарь в 3 томах. М.: «ОЛМА-ПРЕСС Инвест», 2005; Т. 2. 3 – О.
24. Серов В. В. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. М.: ООО Издательство «Локид-Пресс», 2005

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Статья «Особенности образования негатонимов (на материале «Словаря псевдонимов русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» М. Шрубы)» представляет собой исследование в области словообразования и посвящена способам образования русских лексем-негатонимов как разновидности псевдонимов.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения негатонимов, что может позволить выявить факты, имеющие социальную, культурную и лингвистическую значимость.

Статья хорошо структурирована. В статье представлены введение, основная часть, подразделяющаяся на две (однословные негатонимы и неоднословные негатонимы), а также выводы и библиография.

Объектом исследования в данной статье является словообразование онимов, в частности, негатонимов. Предмет исследования – способы образования негатонимов в среде русского зарубежья в Европе 1917 – 1945 гг.

Задачи, стоящие перед автором исследования, включают в себя анализ основных способов словообразования негатонимов, систематизацию полученных данных и определение основных тенденций и способов словообразования.

Метод исследования - описание словообразовательных пар, включающее следующие характеристики: 1) способы образования, 2) типы дериватов (однословные или

неоднословные), 3) дериваторы, 4) производящие базы и их характеристики (частеречная принадлежность и значение).

Исследование проведено на материале «Словаря псевдонимов русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» М. Шрубы».

В основной части работы автор подробно анализирует различные способы образования негатонимов. Рассмотрены префиксальный и префиксально-суффиксальный словообразовательные способы и для существительных, глаголов и прилагательных. Автор также затрагивает словообразование местоимений.

На основании проведенного анализа автор постулирует, что:

1. Однословные негатонимы используются чаще, чем неоднословные.
2. Мотивированность негатонимов авторов «русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» связана с реализацией концепта «свой» vs. «чужой».
3. Негатонимы отражают их политические воззрения (отрицание в причастности к какой-то политической идеологии или отрицание причастности к политике в принципе).
4. В ряде случаев мотивированность негатонимов выглядит неоднозначно (см. Не Гу и не Фо, Не Бессарабец) и требует особого изучения.
5. В некоторых случаях может наблюдаться языковая игра.
6. Образованию негатонимов свойственна графическая вариативность: возможны слитное vs. дефисное vs. раздельное написание.

Стиль статьи научный, информация представлена объективно, выводы обоснованы результатами исследования.

Объём статьи является достаточным.

Статья оформлена в соответствии с требованиями к научным статьям, содержит ссылки на источники и список литературы, включающий в себя наиболее актуальные исследования по данной теме.

Таким образом, можно заключить, что статья «Особенности образования негатонимов (на материале «Словаря псевдонимов русского зарубежья в Европе (1917 – 1945)» М. Шрубы)» представляет собой научно-исследовательскую работу высокого уровня, которая вносит вклад в изучение актуальных тенденций в области словообразования онимов. Работа соответствует требованиям, предъявляемым к научным статьям, и может быть рекомендована к публикации в журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Жабо Н.И., Авдоница М.Ю. Французские цветообозначения оттенков желтого и их соответствия в русском языке // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72876 EDN: DQOXKY URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72876

Французские цветообозначения оттенков желтого и их соответствия в русском языке

Жабо Наталья Ивановна

ORCID: 0000-0003-2958-5738

кандидат филологических наук

доцент; кафедра иностранных языков Медицинского института; Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

107119, Россия, г. Москва, ул. Байкальская, 18к2, кв. 114

✉ zhabo_ni@pfur.ru



Авдонина Марина Юрьевна

ORCID: 0000-0003-3819-8254

кандидат психологических наук

доцент; факультет заочного обучения; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный лингвистический университет»

107119, Россия, г. Москва, ул. Байкальская, 18к2, кв. 114

✉ mavdonina@yandex.ru



[Статья из рубрики "Лингвокультурология"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72876

EDN:

DQOXKY

Дата направления статьи в редакцию:

26-12-2024

Дата публикации:

07-01-2025

Аннотация: Данная статья посвящена сопоставительному анализу цветообозначений

оттенков желтого во французском и русском языках, с учетом их семантики, употребления и культурной специфики. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что медиа тексты, обращенные к широкому потребителю, отражают в лексикологическом плане изменения во вкусах и формируют эстетическое восприятие мира в эпоху медиатизации современного общества. Объектом настоящего исследования является система цветообозначений. Предметом исследования являются способы выражения оттенков цвета различными средствами французского языка. Цель исследования – выявление лексических особенностей и способов номинации оттенков желтого цвета в медиа текстах на французском языке, а также поиск их эквивалентов в русском языке. Материалами исследования послужили словарные статьи одно- и двуязычных словарей, специализированные сайты, медиа тексты и рекламные материалы 2020-х гг., художественные тексты. В рамках работы проведены семантический и стилистический анализ отобранных шестидесяти оттенков желтого, изучено влияние культурных и исторических факторов на их возникновение и употребление, а также выполнена сплошная выборка лексем из медиа текстов, посвященных дизайну интерьера. Анализ частотности выявил наиболее употребляемые оттенки этой тематики, такие как шафрановый, лимонный, янтарный и горчичный. Выявлены различия в структуре цветообозначений двух языков: во французском языке оттенки чаще формируются с использованием основного цвета, тогда как в русском языке оттенок стоит на первом месте. Результаты исследования актуальны для изучения межкультурной коммуникации, перевода медиа текстов и лексикографического описания цветообозначений. Новизна работы заключается в выявлении уникальных французских цветообозначений, не имеющих точных аналогов в русском языке, и анализе их использования в современных медиа текстах. Сделаны выводы о лингвокультурной специфике номинации оттенков желтого в обеих языковых культурах и их влиянии на восприятие интерьера и эстетики в целом.

Ключевые слова:

французский язык, цветообозначения, оттенки цвета, желтый цвет, перевод, калькирование, сопоставительный аспект, словообразование, лингвокультурология, межкультурная коммуникация

Система цветообозначений является важным элементом картины мира человека.

Основное количество исследований цветообозначений посвящается базовым цветам. Авторы этнопсихолингвистических работ изучают специфику языковой концептуализации в каждой отдельной лингвокультуре, в истории культуры. Напомним специфические для французской культуры **Le mouvement des Gilets jaunes** (Движение жёлтых жилетов), в котором светоотражающие жёлтые жилеты получили значение символа недовольства; **Mars Jaune** (Желтый март) – месяц борьбы с эндометриозом, где желтый цвет символизирует свет, тепло и обновление, находящие отклик у женщин, борющихся с болезнью; **Le maillot jaune** – желтая майка лидера в велопробеге по Франции; **Le nain jaune** – желтый карлик, вид семейной настольной игры.

Дифференцирование оттенков и умение их лексического оформления базируется на системе обработки зрительной информации мозгом человека как вида, на индивидуальных особенностях зрительного восприятия и на лингвокультурных традициях конкретной эпохи. Цвет составляет часть эмоциональных состояний человека, ассоциации на базе цветового восприятия вносят в индивидуальное сознание комплекс

национально-культурной специфики речевого поведения.

Методы: семантический анализ, стилистический анализ, культурологический анализ, сопоставительный анализ франко-русских эквивалентов.

Материалы: словарные статьи одно- и двуязычных словарей, специализированные сайты, медиа тексты и рекламные материалы 2020-х гг., художественные тексты.

Теоретико-методологической базой послужили труды отечественных и зарубежных лингвистов в области теории цветообозначения, лексикологии французского языка, лингвокультурологии, таких как М. Пастуро [11] (Pastoureaux M. Jaune. Histoire d'une couleur. Paris. Edition Seuil, 2019), А. Моллар-Десфур [2], М. Дерибере [3], В. Г. Кульпина [4], Н. Б. Бахилина [5], Т. С. Ананьина [6], Е. Ю. Воробьева [7], И. В. Переходько [8], А. В. Уразметова и Н. И. Рябцова [9], С. Берне [10].

Перцепция цвета как признака предмета имеет общую физиологическую природу, объединяя человеческий род: физический сигнал определенных параметров волны электромагнитного излучения, входящих в диапазон, видимый человеком, преобразуется на сетчатке в физиологический сигнал и обрабатывается человеческим мозгом, частью которого она является. Нобелевская премия 1981 г. увенчала исследования Дэвида Хьюбела [11] и Торстена Визеля (который в 2024 г. отметил свой столетний юбилей) по переработке информации в зрительной системе и по переходу от нейронов-детекторов к комплексным и, далее, гиперкомплексным нейронам. Трудности категоризации представляет собой, например, пограничная часть волн спектра между желтым и зеленым: французы видят *jaune tilleul* как оттенок желтого, а в двуязычных словарях это словосочетание переводится как «нежно-зелёный цвет» (<https://www.multitran.com/tilleul&l2>).

На этой стадии проходит интерпретация сигнала, одновременно индивидуальная и социокультурная, опирающаяся на принадлежность человека к определенной культуре, эпохе, природе, религии и т. д.

Медиатизация современного общества [12; 13] в лексикологическом плане приводит тому, что именно медиа тексты, доступные широкому потребителю, отражают изменения во вкусах и формируют эстетическое восприятие мира во французской культуре нашего времени, что и определяет актуальность нашего исследования.

Перечень оттенков желтого цвета во французском языке

Первым шагом исследования было составление списка оттенков желтого цвета во французском языке и проведение семантического анализа обнаруженных терминов. Мы использовали словарную статью *Jaune* Национального центра текстовых и лексических ресурсов (CNRTL) [14]; онлайн версию словаря Robert, словарь синонимов Larousse [15], в котором список синонимов слова «*jaune*» был кратким: «*citron, doré, fauve, ocre, ocré, or, paille, safran, serin, topaze*. – Littéraire : *cuivré* / 'лимонный, золотистый, палевый, охра, охряный, золотой, соломенный, шафрановый, канареечный, топазовый. – Литературный: медный'». (Здесь и далее перевод наш – Н. Ж. и М. А.), а также данные работы Мишеля Пастуро «Желтый: История цвета» [1], статьи Анни Моллар-Дефур [2] и таблицы оттенков различных компаний, предлагающих свой анализ семантики и символики цвета, среди которых отметим набор французских оттенков Pantone (www.pantone.com), переведенных на русский язык, в котором наше внимание привлек список цветов года, а именно цвет 2009 года «мимоза» и 2021 года – сочетание самого

серого (*Ultimate Grey*) и светящегося желтого (*Illuminating*). Добавим, что больше таких ярких цветов Пантагон не предлагал, в 2025 цветом года стал кофейно-шоколадно-коричневый Mocha Mousse.

Перечень оттенков в интернет-ресурсе fr.wiktionary [Couleurs jaunes en français] предлагает 97 статей. По критерию отсутствия оттенка в текстах XXI в. были исключены следующие номинации: **couleur du papier bulle** 'цвет оберточной бумаги', **jaune de Mars** 'желтый как планета Марс', **flave** 'желтый', **orpin de Perse** 'аурипигмент (мышьяковая руда)', **jaune gomme-gutte** 'цвет гуммигут', **tabac d'Espagne** (название бабочки перламутровки), **nankin** 'светложелтый, китайчатый', **louve** (это цвет волчьей шерсти; если говорить о масти лошади, то есть черный и желтый волос).

Часть является архаизмами во французской терминологии: **jaune de chrome** = **chromate de plomb**, но сохранились в русской терминологии: «полигр. **хромовая желтая**». Часть обозначает нежелтые, по мнению авторов статьи, оттенки: **platine** 'платина', **or blanc** 'белое золото', **or vert** 'зеленое золото', **or gris** 'серое золото' (очень модное в 1930-х годах), **lichen** 'лишайник', **topaze** – от этого обозначения французы отказались, так как топазы бывают розовыми, голубыми и т. п.

В списке также находим смешанные оттенки **gris-jaunâtre**, **vert-jaune**, **jaune-brun** 'желтовато-серый, желто-зеленый, желто-коричневый'.

К этому перечню следует добавить и старинные названия красок для гобеленов, употребляющиеся до сих пор и в своем названии имеющие пояснение «для красильщиков», а именно: **Camomille des teinturiers (Anthemis tinctoria) ромашка красильная**, **Genêt des teinturiers (Genista tinctoria) дроп красильный**; **Sarrette des teinturiers (Serratula tinctoria) серпуха красильная**; (<https://www.meublepeint.com/jaunes.htm>).

Поиск в интернете помог добавить другие оттенки желтого, употребляющиеся в языке XXI века [\[20; 21\]](#).

Структурно французские наименования оттенков имеют отличия от русских в силу разнотерминности языков.

Было установлено, что основной тон эксплицитно вербализируется в большинстве номинаций, например, **le jaune blé** 'пшеничный', **le jaune olive** 'оливково-желтый'. Название основного цвета ставится обычно в инициальной позиции, для установления гиперо- / гипонимических отношений.

Оттенки выявляют оппозитивные признаки и стоят в бинарной оппозиции подтонов: **jaune vif / jaune terne**, **jaune clair / jaune foncé**, **jaune pâle / jaune saturé**, **jaune criard / jaune tendre**, **jaune sombre / jaune pastel** – и имеют эквивалентом такие же элементы с уточняющей функцией в русском языке, но в составе сложного слова впереди основного тона: **ярко- / тускло-**, **светло- / темно-**, **бледно- / сочно-**, **нежно- / кричаще-** [\[16\]](#), **глухо- / пастельный + желтый**. Это удобно, обобщает гамму и является отличительной чертой французских цветообозначений. Мы считаем, что такая форма – это скрытое сравнение **le jaune queue de serin** 'желтый как хвостик у канарейки'.

И в русском, и во французском есть и эксплицитно выраженные сравнения, например: **жёлтый как лимон – jaune comme un citron = jaune comme un coing** (как айва).

В некоторых случаях первым ставится оттенок, например, *l'ocre jaune*, то есть слово *jaune* является здесь прилагательным, а иногда сохраняется синтаксическое связывание (предлогом *de*): *le jaune d'or* 'золотисто-желтый'. В русском языке словообразование цветообозначений, напротив, требует поставить основной цвет на второе место, например: *лимонно-желтый*, *бледно-желтый*. Реклама не удовлетворяется уже привычными цветовыми обозначениями. Современному описанию дизайнерских оттенков свойственно использование целой системы цветовых нюансов, например: «Le Citron Ensoleillé est une couleur puissante, chargée de soleil, elle égaiera votre intérieur» (<https://www.peinture-algo.fr/>) 'Sunny Lemon – мощный, солнечный цвет, он сделает ярче ваш интерьер'. В русских переводах подобных текстов, как видно из этого примера, нередко прибегают к английским выражениям.

В наше время языковые наименования уступили место кодам, например, наименование *le jaune de cadmium citron* 'лимонный кадмиевый желтый' соответствует группе кодов 156, 307, 545 и 086; 240 *le jaune citron* 'лимонно-желтый', 347 *nuance de jaune citron* 'лимонно-желтый оттенок'; 171 *le jaune japonais citron* 'японский желтый лимонный'; *le ton jaune de cadmium citron* 'желтый тон кадмий лимонный'; более дорогие оттенки: 535 *jaune de cadmium citron véritable* 'настоящий желтый кадмий лимонный'; 254 *jaune citron permanent* 'стойкий лимонно-желтый'; 722 *jaune citron Winsor* 'Winsor лимонно-желтый'. И еще Citron *Frappé et Sorbet Citron* – 'Лимонное фрэппе и Лимонный сорбет' (https://fr.wikipedia.org/wiki/Jaune_citron).

С. Берне ^[10], иерархизировала основные способы образования оттенков цвета следующим образом:

- конверсия: *jaune vanille* 'ванильный', *jaune crème* 'сливочный',
- словосложение (la composition): *jaune Renaissance*;
- словосочетания (l'assemblage syntaxiforme): *jaune de cobalt* кобальтовый желтый', *jaune vénitien* 'венецианский желтый'.

Моноксемные единицы редки: *pisseux*, adj. 'цвета мочи', *citrin*, adj. 'лимонный', *cireux*, adj. 'цвета воска', *blond*, adj. 'светлый', *fauve* '«дикий цвет», рыжеватый'. Отметим, что русские эквиваленты игнорируют оттеночные обозначения, например: *mangouste fauve* (*Cynictis penicillata*) **жёлтый мангуст**.

Для французского языка особенно характерны сложные обозначения цвета со сложной структурой, например: *le jaune beurre frais* 'цвета свежего сливочного масла'; *le jaune feuille-morte* 'тёмно-жёлтый цвет сухих листьев'.

Вторым шагом было проведение семантического анализа оттенков.

Производные от основы *jaun-* (индоевропейской, однокоренной с **желт-**): *couleur jaunie* 'пожелтевший цвет'; *jaunâtre* 'желтоватый' (в русских терминах обычно упрощают до «желтый» или употребляют термин-грецизм, например, мед. *plaques jaunâtres* «**жёлтые бляшки на коже верхних век**» = «**ксантома**»; или меняют цветность: пищ. «*eau mère jaunâtre*» - «**белый отпёк**»); *blanc jaunâtre* 'желтовато-белый', *jaunet* 'желтенький'. Глагол *jaunir* относится к подгруппе симметричных глаголов: *le papier jaunit sous le soleil / le soleil jaunit le papier*. Вследствие омонимического отталкивания, в русском языке эти значения различаются грамматически: *бумага желтеет под солнцем / солнечный свет желтит бумагу*. Заболевание *jaunisse* (icterus, желтуха) в сфере сельского хозяйства имеет эквивалентом и термин-грецизм, например: *jaunisse de la*

vigne – хлороз винограда. В русском термине это оттенок зеленого.

Ассоциации оттенков желтого в основном приземленные, предметные:

1) Минералы и химические вещества, пигменты: **ambre** 'янтарь', **cireux** 'воск', **jaune soufre = fleur de soufre** 'сера', **jaune d'or** 'золотисто-желтый', **jaune de chrome, jaune de cobalt, ocre / ocré** 'охра', **orpiment** 'аурипигмент, сульфид мышьяка (As_2S_3)', **sable** 'песок', **jaune impérial** 'императорский желтый', **jaune indien** 'индийский желтый'. Название **le jaune auréolin** (= **jaune de cobalt**) 'ауреолин' от латинского слова *aurum* 'золото', как и сам яркий золотисто-желтый пигмент с блеском, создал в XIX в. французский химик Николя Жак Милар (<https://krasniykarandash.ru/>).

2) Растения и их части: **bouton d'or** 'лютик', **citron** 'лимон', **jonquille** 'желтый нарцисс', **mimosa** 'мимоза', **tilleul** 'липа', **blé** 'пшеница, хлеба', **paille** 'солома', **filasse** 'как мочало, как пакля', например:

«Rideau de cheveux blond filasse [...] Kurt Cobain aimait tous les regards» / Со свисающими светлыми волосами цвета пакли [...] Курт Кобейн притягивал к себе все взгляды' (05.08.2024, <https://www.letemps.ch/>).

3) Животные: **canari = serin** 'канарейка, канареечный', **queue d e serin** 'хвостик канарейки', **chamois** 'серна', **poussin** 'цыпленок первых дней от роду', **queue-de-vache** 'хвост коровы'; **isabelle** 'изабель' (старое название масти (robe) лошадей «буланая», «соловая» – серовато-желто-оранжевых оттенков); **caca d'oie** 'гусиный помет'. Например:

«Réalisant que la teinte "imperator" de leur ouvrage avait, lors d'un ravalement, été transformée en une teinte plus claire dite "caca d'oie", Jérôme Delaage et Fernand Tsaropoulos ont assigné en justice l'architecte en charge des travaux»./ 'Поняв, что «императорский» цвет их здания при перекраске был заменен на более светлый цвет, называемый «цвет гусиного помета», Жером Деланж и Фернан Царопулос подали в суд на архитектора, ответственного за работу'. (<https://www.lemoniteur.fr/article/976929>)

4) Пищевые продукты: **ananas, jus d'ananas** 'ананас, ананасный сок', **banane** 'банан', **beurre** 'масло', **beurre frais** 'свежее масло', **bière** 'пиво', **citrin** 'лимонный', **citron** 'лимон', **crème** 'сливки', **champagne** 'шампанское', **miel** 'мед', **moutarde** 'горчица', **lime** 'лайм', **maïs** 'кукуруза', **le jaune d'œuf** 'яичный желток', **safran** 'шафран', **vanille** 'ваниль'. Заметим, что цвета чая в чашке во французском языке не отражены.

5) Оценочные словосочетания, образные наименования, не выражающие цветовые свойства оттенка:

isabelle (масть лошади) 'буланый; соловый';

le jaune de Naples 'Неаполитанский желтый' (уст. «желть неаполитанская») это разные оттенки, от серно-желтого до розовато-желтого, руды из туфа Везувия, потом краситель был получен искусственно;

le jaune cocu 'желтый рогоносца' – метафора для осуждения цвета, который говорящий считает уродливым. В английском языке это значение выражено эксплицитно: **ugly yellow**.

Писатель Ж. К. Гуисманс в своем романе «Наоборот» (Huysmans. A Rebours, Перевод с фр. Е. Л. Кассировой, 1995 г.) создал многочисленные авторские названия оттенков, над которыми переводчику пришлось немало потрудиться. Следовало передать

символическую и экспрессивную функции цвета, выразить эмоции и индивидуальные ассоциации, например:

– «**ciel en boue jaune**» (дословно 'небо из желтой грязи'), в художественном переводе: «грязно-желтые небеса»;

– «*Pour imiter le badigeon de l'ocre, le jaune administratif et clérical, il fit tendre ses murs en soie safran*» – «Дабы подделать спальню под заурядное церковное помещение с крашенными желтой охрой стенами и коричневыми цоколями и плитусами, он покрыл стены шафранным шелком»;

– «!... ces Anglais [...] étaient vêtus de cheviote grise, **réglée de jaune nankin** et de rose de papier buvard» – «!... англичане [...] были одеты в серый шевиот с **чесучово-желтой** или нежно-розовой искрой».

Третьим шагом было количественное исследование употреблений оттенков желтого в интернет-источниках. Приводим количество употреблений в интернете на апрель 2023 г.: **le jaune d'or** (46 300 000), **le jaune citron** (28 900 000), **le jaune banane** (22 700 000), **le jaune beurre frais** (11 500 000), **le jaune safran** (5 690 000), **le jaune clair** (2 050 000), **le jaune moutarde** (1 800 000), **le jaune pâle** (1 370 000), **le jaune paille** (535 000), **le jaune ambré** (150 000), **le jaune vanillé** (71 700).

Добавим, что, если в определении базового желтого его сравнивают с яичным желтком, то в нюансах более всего значим именно лимон, имеющий не менее десяти оттенков для дизайнеров (couleurs pour artistes).

Андре Беген (Béguin), отмечает: «...le jaune citron est l'un des premiers tons du jaune si l'on part, comme c'est l'habitude, du plus clair. C'est une teinte claire et acide, froide et fuyante» – 'Лимонный желтый – один из первых тонов желтого, если начинать, как обычно, с самого светлого. Это легкий и кисловатый оттенок, холодный и мимолетный' [17 р. 169]. В этом описании художник использует синестезию (вкус лимона – цвет лимона – холод).

При подборе эквивалента были выделены оттенки, несвойственные русскому набору для тканей модной одежды и обуви, для покраски стен и украшения дома аксессуарами (лампами, посудой, рамками для фото и пр.).

Рассмотрим некоторые из них:

1. **Couleur bouton d'or** – цвет лютика, например:

«...elle a descendu l'allée vêtue de ce look jaune bouton d'or. (Mina Dragani, 13 mariées célèbres qui n'étaient pas en blanc pour leur mariage,) 'она спустилась по аллее, в своем туалете цвета лютика (Мина Драгани, 13 знаменитых невест, которые не были в белом на своей свадьбе'.

Лютик – луговое растение с маленькими яркими желтыми цветками. Но такого оттенка в русском обиходе нет. Поэтому в текстах модных журналов он иногда употребляется в десемантизированном виде, например: «Наше платье "Лютиковая ночь" сочетает в себе именно бежевый и чёрный цвет» (https://www.instagram.com/dress_so/p/Cjaq5m2N7CV/?img_index).

Этот оттенок запомнился все читателям романа А. Дюма «Три мушкетера» и стал одной из лучших цитат романа. В главе 1 Д'Артаньян был осмеян из-за цвета его старенького

коня:

«Ce cheval est décidément ou plutôt a été dans sa jeunesse **bouton d'or**, [...]. C'est une couleur fort commune en botanique, mais jusqu'à présent fort rare chez les chevaux».

Мы предположили, что перевод, скорее всего, будет выполнен с помощью основного цвета. Действительно, переводчик не решился на шутку и применил прием нейтрализации: «– Эта лошадь в самом деле **ярко-желтого цвета** или, вернее, была когда-то таковой [...]. Этот цвет, весьма распространенный в растительном мире, до сих пор редко отмечался у лошадей»

Но при покупке снаряжения в главе 34, Портос получает того же коня от своей прокурорши. И Д'Артаньян вскрикивает:

«D'Artagnan poussa un cri de surprise, qui n'était pas exempt d'un mélange de joie.

– Ah ! **mon cheval jaune** ! s'écria-t-il. Aramis, regardez ce cheval !»

В данном случае переводчик решил вставить название сходной масти:

«– Да ведь это мой **буланный жеребец**! - вскричал д'Артаньян с удивлением, к которому примешивалась некоторая радость». (Буланный – желтовато-песочная масть. Оттенки от почти кремового до близкого к тёмно-гнедой, грязного жёлто-сери-бурого тона (https://ru.wikipedia.org/wiki/Масть_лошади).

2. *Le jaune aurore* – цвет зари, цвет рассвета, цвет восхода

Это собственно французское цветообозначение, не имеющее аналогов в других языках, но остро модное во Франции. Оттенок близкий к шафрановому идет от имени Авроры, римской богини зари. В палитрах мы находим пять подтонов: 103 **aurore**; 761 **rose aurore**; Fi01 **aurore foncé**, Fi02 **aurore moyen**, Fi03 **aurore clair** ([https://fr.wikipedia.org/wiki/Aurore_\(couleur\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Aurore_(couleur))).

3. *Le jaune banane* – цвет банана

Простота оттенка «банановый» – лишь кажущаяся: в восприятии французов представляет не грубый глухой желтый, но нежный цвет с зеленым оттенком молодого недозрелого банана.

4. *Le jaune maïs* – кукурузный

Оттенок непросто для понимания носителями русской культуры: это не яркий солнечный оттенок вареных зерен, а напротив, «qui est d'un jaune orangé pâle et laiteux, la couleur des grains de maïs crus» 'бледно-молочного оранжево-желтого цвета, цвет сырых кукурузных зерен' – находим мы на правительственном сайте Канады «Vitrine linguistique» [Jaune maïs].

5. *Couleur jaune poussin* – цвет цыпленка

Во французском языке значение слова «poussin» как цвета появилось чуть более ста лет назад, в 1919 г. В красках для отделки это 217 jaune poussin: «associé au petit poussin, le jaune signifie fraîcheur, dynamisme et douceur» – 'желтый цвет ассоциируется с маленьким цыпленком и означает свежесть, динамизм и мягкость' (<https://www.code-couleur.com/signification/jaune.html#>). В словарях русского языка слово «цыплячий» не имеет значения 'цвет' [18; 19], однако в интернет-источниках мы находим употребления в

таком значении, но только как цвета волос с негативной оценкой, например: «Дома уже два раза осветлялась, но жуткий цыплячий цвет у корней никак не хочет становиться нормальным» (<https://2gis.ru/omsk/firm/70000001041437906>).

6. **Couleur ventre de girafe** 'цвет брюха жирафа', с вариантами **girafe amoureuse** 'цвет влюбленной жирафы', **girafe en exil** 'цвет жирафы в изгнании' – цвет брюха жирафа, желтого с рыжеватым оттенком, описанный в ранней работе А. Ж. Греймаса [20]. Этот оттенок-историзм стал самым модным цветом лета 1827 г., когда весь Париж приходил любоваться маленькой жирафой, которую прислал вице-король Египта королю Карлу X для парижского Ботанического сада в благодарность за то, что в 1822 г. Жан-Франсуа Шампольон расшифровал иероглифы текста Розеттского камня. Данный пример указывает на влияние происходящих событий в культуре и истории на появление новых оттеночных цветообозначений.

7. **Blanc jauni** – пожелтый белый

Этот оттенок, легкая желтизна в белом, добавляет тепла, для комнат, где мало солнечного света. Он хорош в декоре деревенского дома в сочетании с кремовым и чисто-белым.

8. **Caca d'oise** – цвет гусиного помета

Довольно яркий желто-зеленоватый оттенок. Он запомнился тем, кто читал произведение Жоржа Сименона «Мегрэ и человек на скамейке» (*Maigret et l'Homme du banc*). Размышляя о причинах необычной одежды и обуви убитого Луи Туре (*Louis Thouret*), о его красном галстуке и ярких ботинках этого оттенка, сыщик вспомнил свою молодость, когда он мечтал о таких же ботинках – и разгадал убийство.

9. **Blond** – светлый

Этот оттенок заимствован из французского во многие языки как светлый цвет волос – «светловолосый, белокурый, белобрысый, светло-русый». В наше время появились уточняющие названия, такие как **blond très clair doré nacré** 'очень светлый жемчужно-золотистый блондин'; **blond lin** 'волосы льняного цвета'.

В русском языке «блондин, -ка» является словом с ограниченной сочетаемостью, исключительно о цвете волос, хотя «блондинка» (только в женском роде) это и насмешливое обозначение глупой женщины.

Во французский язык это слово вошло почти тысячу лет назад, его происхождение вызывает споры этимологов [21]. Его сочетаемость широка: **les champs blonds** – цвет поля с нескошенными хлебами; **le sucre de canne blond** – нерафинированный сахар. В розничных наименованиях России **le chocolat blond** переведен как «кремовый шоколад, карамелизированный белый шоколад»; сорта круп имеют другой перевод: **le riz blond** – «коричневый рис», **le quinoa blond** – «киноа кремовое». Тип пива **la bière blonde** получил устойчивый перевод «светлое» в градуальной оппозиции *la bière blanche* (белое пиво) / *la bière blonde* (светлое пиво) / *la bière ambrée* (полутёмное пиво, янтарное пиво) / *la bière brune* (темное пиво) / *la bière noire* (черное пиво) (<https://www.beertime.fr/>). И нюансируется: **la bière blonde dorée** 'светлое пиво золотого оттенка'.

В субстантивированном виде это вид сигарет: **fumer des blondes** 'курить сигареты из светлого табака'.

В целом, при сопоставлении с французскими оттенками мы не смогли опереться на работу А.П. Василевича, С.Н. Кузнецовой и С.С. Мищенко, регулярно переиздаваемую и содержащую две тысячи оттенков цвета русского языка, так как оттенков желтого там немного, нет ни «цвета мимозы», ни «соломенного». Приведем все оттенки желтого из этого списка, сгруппированные нами по референту: «желток, светофорный желтый; зрелый колос, просо, спелые колосья, спелая рожь, старая солома; банан[овый]; дынно-лимонный, лимон в чае, лимонная цедра, лимонное желе; бледный чай, спитой чай, старая заварка; желто-солнечный закат, утренняя заря, яркая заря, желтый туман; липовый мед, неспелая хурма, сливочная помадка, сливочная тянучка, сливочное масло, старая амбра, яркий цыпленок» [22].

Среди 230 двусоставных производных от слова *око*, обнаруженных нами в текстах сайтов сети Интернет, прессы, журналов [23] имеются и оттенки желтого: **желтоокий, оранжевоокий, рыжеокий, янтарноокий, солнечноокий, солнцеокий, бронзовоокий, златоокий, золотоокий, медноокий, тигроокий**, например: «хрупкая, надломленно-грациозная **янтарноокая** девушка» (anime.kulichki.com/kordeliasm002); «Предметы старины глубокой / Ты разложил передо мной: / Вот кость, вот **чайник медноокий**, / Всё это пахнет стариной» (<https://stihi.ru/2022/03/12/6118>). Дериваты от *око* и *глаз* свободно вступают в сочетание с неодушевленными существительными, например: «Ночь **желтоглазым** зверем вошла в ворота» (sharikoff.narod.ru) Некоторые слова имеют архаичный вариант с формантом -очитый: **златоочитый, рыжеочитая**. Например: «И солдат, снизу вверх глянув на мягко сияющего седобородого **златоочитого** старца, спросил: -А...разрешите обратиться?» (Сергей Круглов, 10-11-2021. Град грядущий <https://polutona.ru/?show=1110121857>). Употребление таких слов повсеместно. Важно, что этот список все время пополняется, образуя системную единицу лексики современного русского языка.

Заключение

В центре описания оттенков находится связь между хроматическим свойством и референтом (нарицательным именем, собственным именем).

Желтый цвет и его оттенки не часто используется во французском стиле дизайна, которому свойственны более строгие пастельные тона.

При описании современного стиля в медиа текстах используется более широкий спектр цветообозначений оттенков, чем в русском языке.

Отметим, что названия минералов и химических продуктов, растений и животных, продуктов питания часто включают во французском языке именно оттенки, а не обозначения их основного цвета. Рекламные тексты отражают личные предпочтения человека, то, что он делает для себя и своей семьи, то, как французы видят уют, дом, личное пространство.

Анализ частотности употребления оттенков желтого в медиа дискурсе на французском языке показал, что *шафрановый, соломенно-желтый, светло- и бледно-желтый, янтарный, горчиный* являются наиболее актуальными в рекламных текстах и журналах для домохозяек 2023-2024 гг., в то время как в художественных текстах используется значительно большее количество оттенков, давно и прочно вошедших в общеупотребительный французский язык.

Библиография

1. Пастуро М. Желтый: История цвета / пер. с фр. Н. Кулиш. М.: Новое литературное обозрение, 2023.
2. Mollard-Desfour A. La haute note jaune. Identité chromatique du Midi, in Catalogue d'exposition. "Oh couleurs ! Le Design au prisme de la couleur". Bordeaux : Edité par Ed. Confluences, 2017.
3. Déribéré M. La couleur. Paris: PUF, coll. «Que Sais-Je», 2014.
4. Кульпина В.Г. Лингвистика цвета. М.: Московский лицей, 2001.
5. Бахилина Н.Б. История цветообозначений в русском языке. М.: Наука, 1975.
6. Ананьина Т.С. Пример применения функционально-параметрического анализа к французским фразеологизмам с основным компонентом – характеристикой цвета «bleu» // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2016. № 1. С. 99-107. doi:10.18384/2310-712X-2016-1-99-107
7. Воробьева Е.Ю. Цветовая номинация как когнитивно-эмоциональная деятельность (на примере цветообозначений французского языка) // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 27. №1. С. 194-200. doi:10.55959/MSU-2074-1588-19-27-1-14
8. Переходько И.В. Межкультурные аспекты изучения семантического пространства цветообозначений в русском и французском языках // Вестник ОГУ. 2014. №11 (172). С. 152-155.
9. Уразметова А.В., Рябцова Н.И. Особенности номинации и употребления оттенков цвета во французском языке // Филология: научные исследования. 2020. № 8. С.19-26. DOI: 10.7256/2454-0749.2020.8.33610 URL: https://e-notabene.ru/fmag/article_33610.html
10. Bernez C. Grammaire des couleurs. Éditeur Peter Lang AG, International Academic Publishers, 2014.
11. Хьюбел Д. Глаз, мозг, зрение. / пер. с англ. О.В. Левашов, Г.А. Шараев, А.Л. Бызов. М.: Мир, 1990.
12. Черненькая С.В. Трансформация публичности в современном медиапространстве // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. № 7-2. 2024. С.137-139. doi: 10.37882/2223-2982.2024.7-2.33
13. Жабо Н.И., Авдоница М.Ю., Чернышева И.Б. Аксиологическое пространство медиатекста // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Философские науки. № 1 (37). 2021. С. 32-39. doi:10.25688/2078-9238.2021.37.1.03
14. Jaune / Le Dictionnaire de l'Académie française, CNRTL = Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnrtl.fr/definition/jaune> (дата обращения: 29.12.2024).
15. Dictionnaire des synonymes. Larousse. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/synonymes> (дата обращения: 30.12.2024).
16. Couleurs jaunes en français. [Электронный ресурс]. URL: https://fr.wiktionary.org/wiki/Catégorie:Couleurs_jaunes_en_français (дата обращения: 30.12.2024).
17. Béguin A. Dictionnaire technique de la peinture. A. Béguin, 2009.
18. Буландин Д. Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 80-х годов / Под ред. Е. А. Левашова. СПб.: 1997.
19. Кравцова Л.П. Нейминг цвета в языке моды // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 69-86.
20. Greimas A. J. La mode en 1830 : Langage et société : écrits de jeunesse. Appendice II. Noms de couleurs. Paris: PUF, 2000. Pp. 232-242.
21. La langue française. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/> (дата обращения: 29.12.2024)
22. Василевич А.П., Кузнецова С.Н., Мищенко С.С. Цвет и названия цвета в русском

языке / под общ. ред. А.П. Василевича. 4-е изд. М.: Ленанл, 2022. 216 с.

23. Авдони́на М.Ю. Производные от слова око в современном русском языке // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М.В.Ломоносова, филологический факультет, 20-23 марта 2007г.): Труды и материалы / Составители М.Л. Ремнева, А.А.Поликарпов. М.: МАКС Пресс, 2007. – С. 204

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензируемая статья посвящена цветообозначению оттенков желтого во французском языке и их соответствию в русском языке. Отмечается, что «цвет составляет часть эмоциональных состояний человека, ассоциации на базе цветового восприятия вносят в индивидуальное сознание комплекс национально-культурной специфики речевого поведения», а «система цветообозначений является важным элементом картины мира человека», что свидетельствует об актуальности изучения цветообозначений в той или иной лингвокультуре. Выбор цветообозначения оттенков желтого в качестве предмета исследования обусловлен особым восприятием данного цвета во французской культуре. Теоретической основой работы явились труды таких отечественных и зарубежных лингвистов в области теории цветообозначения, лексикологии французского языка, лингвокультурологии, как В. Г. Кульпина, Н. Б. Бахилина, Т. С. Ананьина, Е. Ю. Воробьева, И. В. Переходько, А. В. Уразметова и Н. И. Рябцова, Л. П. Кравцова, М. Ю. Авдони́на, М. Пастуро, А. Моллар-Десфур, М. Дерибере, С. Берне и др. Библиография насчитывает 23 источника, что представляется достаточным для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики. Библиография соответствует специфике рассматриваемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями.

Материалом исследования послужили словарные статьи одно- и двуязычных словарей, специализированные сайты, медиа тексты и рекламные материалы 2020-х гг., художественные тексты. Методология проведенного исследования носит комплексный характер. С учётом специфики предмета, объекта, цели и задач работы использованы общенаучные методы анализа и синтеза, описательный и статистический методы, стилистический и культурологический анализы, семантический и сопоставительный анализ франко-русских эквивалентов. На первом этапе был составлен список оттенков желтого цвета во французском языке. Автор(ы) использовали словарную статью *Jaune* Национального центра текстовых и лексических ресурсов (CNRTL); онлайн версию словаря Robert, словарь синонимов Larousse, Интернет-ресурсе fr.wiktionary [*Couleurs jaunes en français*] и др. Далее был проведен семантический анализ оттенков. На третьем этапе было количественное исследование употреблений оттенков желтого в Интернет-источниках. Количество употреблений в интернете приведено на апрель 2023 года.

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) подробно рассмотреть возможные оттенки желтого цвета во французском языке, выявить ряд отличий от русских и сформулировать ряд существенных выводов: «названия минералов и химических продуктов, растений и животных, продуктов питания часто включают во французском языке именно оттенки, а не обозначения их основного цвета», «при описании современного стиля в медиа текстах используется более широкий

спектр цветообозначений оттенков, чем в русском языке», «в художественных текстах используется значительно большее количество оттенков, давно и прочно вошедших в общеупотребительный французский язык» и др. Все выводы сформулированы логично и отражают содержание рукописи.

Теоретическая значимость и практическая ценность работы заключаются в ее вкладе в решение проблем лингвоцветовой картины мира, а также в возможности использования ее результатов в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике и в вузовских курсах по языкознанию и теории языка, по лингвопрагматике, лингвокультурологии, лексикографии.

Представленный материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Исследование выполнено в русле современных научных подходов. Стиль статьи отвечает требованиям научного описания, содержание соответствует названию, логика изложения материала четкая.

Обращаем внимание автора(ов) на разношерстное оформление библиографического списка. Например,

Уразметова А.В., Рябцова Н.И. Особенности номинации и употребления оттенков цвета во французском языке // Филология: научные исследования. 2020. № 8. С.19-26. DOI: 10.7256/2454-0749.2020.8.33610 URL: https://e-notabene.ru/fmag/article_33610.html

Черненькая С.В. Трансформация публичности в современном медиапространстве // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. № 7-2. 2024. С.137-139. doi: 10.37882/2223-2982.2024.7-2.33

В дальнейшем рекомендуем руководствоваться требованиями редакции.

Статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Ло Ч. Грамматические ошибки, допускаемые студентами при последовательном переводе фразеологизмов с русского языка на китайский // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72815 EDN: DGIVYR URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72815

Грамматические ошибки, допускаемые студентами при последовательном переводе фразеологизмов с русского языка на китайский

Ло Чжимэн

аспирант; кафедра теории и практики иностранных языков РУДН; Российский университет дружбы народов, институт иностранных языков

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 9

✉ tighj80@mail.ru



[Статья из рубрики "Языкознание"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72815

EDN:

DGIVYR

Дата направления статьи в редакцию:

23-12-2024

Дата публикации:

08-01-2025

Аннотация: Статья посвящена теоретическому и прикладному исследованию особенностей перевода в языковой паре «русский – китайский». Многочисленные исследования в сфере русско-китайского перевода, в частности, фразеологических единиц, свидетельствуют о существовании существенных сложностей, с которыми сталкиваются современные студенты-переводчики. К числу этих трудностей относятся различия в синтаксической структуре предложений, отсутствие грамматических категорий рода и числа в китайском языке, а также специфические особенности семантической структуры фразеологизмов. Предметом исследования служат наиболее характерные типы и особенности грамматических ошибок, совершаемых студентами в процессе последовательного перевода русских фразеологических единиц на китайский

язык. Цель исследования – выявление специфики ошибок, обусловленных семантико-грамматической и структурной характеристикой русских фразеологизмов и их несоответствием грамматическим нормам китайского языка. В данной работе применяется комплексный подход, включающий как качественные, так и количественные методы исследования, в том числе: методы теоретического и сравнительно-сопоставительного анализа, классификации, контент-анализа, а также методы анкетирования, наблюдения и экспериментального исследования. В результате данного исследования были выявлены следующие группы ошибок: ошибки в согласовании; неверное употребление падежей и временных форм; проблемы с переводом семантико-грамматических оттенков фразеологических единиц. При этом новизна исследования заключается в том, что указанные группы грамматических ошибок были впервые рассмотрены в контексте передачи национально-культурных кодов русского языка и их семантико-грамматической и структурной реализации в процессе перевода фразеологизмов в китайском языке. Результаты исследования могут применяться в образовательной практике для повышения качества преподавания китайского языка, а также для разработки методических пособий, книг и монографий ориентированных на изучение грамматических аспектов перевода русских фразеологических единиц на китайский язык.

Ключевые слова:

последовательный перевод, семантико-грамматическая структура, лексическая замена, грамматические ошибки, эквивалентность, национально-культурные коды, грамматические нормы, точность перевода, культурные ценности, русский китайский

В современном мире, где межкультурная коммуникация играет одну из главных ролей в установлении международных контактов, умения и навыки перевода становятся особенно актуальными. Китайский язык, как один из наиболее востребованных языков в международной практике, привлекает все большее количество студентов, стремящихся овладеть им на профессиональном уровне. При этом перевод фразеологических единиц с русского языка на китайский представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий не только глубокого знания языков, но и культурных особенностей, которые они транслируют [\[2; 9\]](#). Фразеологизмы, являясь важной частью каждой языковой системы, отображают уникальные исторические и национально-культурные коды [\[19\]](#), что делает их перевод особенно сложным (поскольку он требует от переводчика, прежде всего, умения находить эквивалентные единицы, которые позволят не только передать буквальные значения, но и сохранить национальные, культурные и пр. особенности языка оригинала).

Многие русские фразеологизмы (ввиду того, что в них содержатся особые национально-культурные коды), могут быть непонятны носителям китайского языка. Например, целый ряд фразеологизмов, связанных с природой, повседневной жизнью, бытом, не имеют аналогов в китайском языке, поэтому профессиональному переводчику приходится находить неординарные и творческие решения, чтобы передать суть и настроение оригинала (рус.: *волк в овечьей шкуре* – кит.: 白龙渔服 (досл.: белый дракон в рыбьей чешуе); рус.: *Тришкин кафтан* – кит.: 拆东补西 (досл.: сломать стену на востоке, чтобы заделать на западе); рус.: *ворона в павлиньих перьях* – кит.: 沐猴而冠 (досл.: вымыть обезьяну и надеть ей на голову корону) и т. д. [\[20\]](#)). Однако такого рода несоответствия в понимании отдельных аспектов национально-культурной жизни русских и китайцев,

понимаемые профессиональными переводчиками, не всегда верно осмысливаются студентами, обучающимися переводу. Это зачастую приводит к тому, что студенты допускают многочисленные ошибки, в том числе грамматического характера (из-за различий в грамматических системах, структурных особенностях языков и пр.). Тем более это касается последовательного перевода, когда студент начинает переводить после того, как оратор закончил всю речь или какую-то ее часть (неправильное употребление падежей, несоответствия в согласовании слов и пр. при переводе фразеологизмов в контексте общего потока речи оратора может приводить в целом к искажению смысла речи).

Различные исследования в области русско-китайского перевода (в том числе фразеологических единиц), подтверждают наличие значительных трудностей, с которыми сталкиваются современные студенты-переводчики. В числе этих трудностей: различная структура предложений, отсутствие грамматического рода и числа в китайском языке, иная семантическая структура фразеологизмов и пр. [7; 14; 16]. Ряд авторов в своих работах акцентирует внимание на необходимости глубокого понимания культурного контекста при переводе фразеологизмов и преодолении трудностей. В том числе в работах указывается, что последовательный перевод осложняется не только несовпадением денотативного и коннотативного значения многих фразеологических единиц, но и отличием в культурном контексте и национальных менталитетах, поэтому переводчикам приходится прибегать к различным стратегиям перевода (транскрипции, калькированию, описательному переводу и пр.) [2; 5; 9; 10; 17]. Отдельные важные переводоведческие вопросы решаются в работах ученых, которые в той или иной степени подводят к пониманию общих лексических и фразеологических аспектов перевода в контексте культурных и национальных особенностей языка [1; 3; 6; 8; 12]. Однако, несмотря на большое количество работ, рассматривающих проблемы и трудности перевода фразеологизмов с русского языка на китайский, на сегодняшний день практически не представлены типологии грамматических ошибок, совершаемых студентами в процессе последовательного перевода русских фразеологических единиц на китайский язык. Поэтому считаем необходимым выявить специфику наиболее часто встречающихся ошибок, обусловленных семантико-грамматической и структурной характеристикой русских фразеологизмов и их несоответствием грамматическим нормам китайского языка (что и послужило целью настоящего исследования).

Для выявления грамматических ошибок и их классификации было проведено эмпирическое исследование на базе Лингвистического университета (г.Москва), где при помощи анкетирования, наблюдения и опроса студентов и преподавателей были собраны данные о типичных ошибках, встречающихся в ходе семинарских занятий, а также самостоятельных (проверочных) работ по последовательному переводу с русского языка на китайский. Данные фиксировались в специальных таблицах, где указывались не только типы ошибок, но и их частотность, контекст возникновения, а также конкретный пример использования фразеологизма (см. таблица 1). Всего в исследовании принимали участие 76 студентов разных факультетов и 15 преподавателей филологических дисциплин.

Таблица 1

Пример таблицы, где фиксировались ключевые данные эксперимента

ФИО	Специальность	Курс	Тип ошибки	Частота ошибки	Контекст возникновения	Пример
1.	Лингвистика	2	Ошибки	27 раз	Перевод	他臉上有一

			использования семантико-грамматических элементов		рассказа об образе человека	個大煎餅 (у него на лице большой блин) / 臉大得像餅 (лицо большое как блин)
2.	Перевод и переводоведение	1	Ошибки использования предлогов и семантических структур	33 раза	Перевод диалога	就像魚離開水一樣 (как рыба из воды) / 如魚得水 (как рыба в воде)
3.	Фундаментальная и прикладная лингвистика	3	Интерференция с родным языком	45 раз	Перевод рассказа о характере человека	杀两个兔子 (убить двух кроликов) / 箭双雕 (одной стрелой двух ястребов)
...						

В качестве материала исследования использовались устные переводы, аудиозаписи переводов, а также письменные тексты, на основе которых проводился анализ стратегий последовательного перевода. Дополнительно были включены комментарии студентов и их личные заметки о процессе перевода фразеологических единиц, что дало возможность, с одной стороны, глубже понять их подходы и принципы переводческой работы, с другой, выявить и классифицировать наиболее распространенные грамматические ошибки, допускаемые студентами при последовательном переводе фразеологизмов с русского языка на китайский. Так, в ходе исследования было установлено, что наиболее часто встречающимися ошибками, совершаемыми студентами в процессе последовательного перевода русских фразеологических единиц на китайский язык, являются: ошибки в согласовании (27,7%), неверное употребление падежей и временных форм (31,4%), проблемы с переводом семантико-грамматических оттенков фразеологических единиц (19,9%), менее всего выявляются ошибки, связанные с выбором лексических соответствий и стилистическими аспектами перевода (11,4% и 7,3% соответственно) (см. рисунок 1).



Рисунок 1 – Выявленные группы грамматических ошибок, допускаемых студентами при последовательном переводе фразеологизмов с русского языка на китайский

1. **Ошибки в согласовании (27,7%).** Данная категория ошибок является одной из наиболее часто встречающихся: она включает в себя нарушения грамматической согласованности между словами текста и компонентами фразеологических единиц, выраженные в отсутствии согласованности глагола с подлежащим, прилагательного с существительным, определительных слов и пр.

В современном китайском языке, в отличие от русского, порядок слов относительно фиксированный, и нарушение этого порядка зачастую приводит к искажению смысла во фразеологизмах и культурных коннотациях. Это может быть особенно заметно при переводе таких единиц, как *тень на плетень наводить* или *как банный лист пристал*, которые в русском языке имеют свои устойчивые значения, но при неправильном порядке слов искажает передаваемый смысл в китайском языке, при этом возникают ошибки в согласовании. Так, фразеологизм *тень на плетень наводить* в русском языке означает намеренно вносить неясность в дело, стараясь сбить с толку [15]. При переводе на китайский язык многие студенты не сохраняют правильный порядок слов и семантико-грамматическую структуру, в связи с этим искажается смысл фразеологизма, в частности: 在柵欄上投下陰影 (досл.: отбросить тень на забор). Дословно переведенная данная фразеологическая единица с нарушенным порядком слов и структуры не только звучит нелепо, но и не передает оригинального значения. При этом при переводе отсутствует согласование фразеологизма с остальным текстом: кит.: 當涉及到我們的成功時, 沒有必要在柵欄上投下陰影 (досл.: Когда дело касается нашего успеха, не бросать тень на забор) – рус.: *Не стоит тень на плетень наводить, когда речь идет о наших успехах.* Теряется согласование подлежащего и сказуемого с фразеологическим оборотом. Это приводит к тому, что целостное восприятие текста нарушается, и читатель может не понять истинный смысл сказанного.

Поскольку фразеологизмы представляют собой неотъемлемую часть языка, то они зачастую несут в себе культурные и исторические коннотации, которые невозможно передать при дословном переводе. Для достижения более точной передачи смысла и эмоциональной нагрузки оригинала, переводчику следует искать эквиваленты, которые будут не только грамматически правильными, но и отражать культурно-национальные особенности исходного выражения и правильно их вписывать в основной текст. Например, в случае с фразеологизмом *наводить тень на плетень* можно использовать аналогичные по смыслу устойчивые выражения на китайском языке, которые передают ту же идею без искажения смысла и нарушения согласования, например: выражение 莫名其妙 (досл.: сбить с толку) [21], что позволит не только обеспечить согласование подлежащего и сказуемого с фразеологизмом, но и учесть контекст, в котором он используется. При этом важно понимать, что фразеологизмы могут не только изменять смысл высказывания, но и придавать ему эмоциональную окраску, поэтому выбор

эквивалента должен быть обоснованным. Так, если в оригинальном тексте фраза используется для указания на неясность ситуации или попытку ввести кого-то в заблуждение, переводчик может рассмотреть и другие выражения, которые более точно будут передавать эту идею в китайском языке. Это могут быть выражения, которые указывают на неопределенность или растерянность (кит.: 七上八下 (досл.: семь верх и восемь низ), кит.: 乱七八糟 (досл.: полная неразбериха) и пр. [18]), позволяющие сохранить при этом структурно-семантические и национально-культурные аспекты исходного текста.

Другой пример, в котором студенты часто допускают ошибки в согласовании, – это фразеологическая единица как *банный лист пристал*, означающая назойливо, надоедливо [13]. При последовательном переводе студенты зачастую неправильно интерпретируют эту единицу, пытаются перевести её дословно: 像浴葉一樣卡住 (досл.: прилип как банный лист), при этом не учитывают ее семантико-грамматические особенности. Это приводит к тому, что использование этой фразы в предложении звучит неуместно, если контекст не подразумевает ситуации, где кто-то действительно назойлив, надоедлив: 他像一片葉子一樣黏在我身上 (досл.: он прижался ко мне, как лист). Правильное применение данной фразеологической единицы требует от студентов понимания ее значения и эмоциональной окраски, что может быть сложно для тех, кто не знаком с культурно-национальными особенностями русского языка. В китайском языке имеются аналогичные выражения (老是纠缠不休 (досл.: быть навязчивым), 一丝不苟 (досл.: быть дотошным)), которые можно использовать при последовательном переводе, в том числе в контексте основного текста (с соблюдением согласования подлежащего, сказуемого и определительных слов): кит.: 他老是纠缠不休 地 问我要钱, 真是烦死人了 (досл.: он продолжает приставать ко мне с просьбой о деньгах, что меня очень раздражает) – рус.: *он прилип ко мне как банный лист с просьбой о деньгах, что меня очень раздражает*. Однако студентам следует учитывать, что не все выражения могут передавать в полной мере семантику русского фразеологизма: некоторые культурные коды могут быть специфичными для китайцев и не иметь прямых аналогов в китайском языке [11]. Все это подчеркивает важность национально-культурного контекста в переводе русских фразеологизмов.

2. Неверное употребление падежей и временных форм (31,4%): Эта категория ошибок также является одной из часто встречающихся: она связана в целом с особенностями грамматических систем русского и китайского языков. Так, в русском языке падежи используются для обозначения различных грамматико-синтаксических функций (в том числе субъективности, объектности, направления действия и пр.). В то время как в китайском языке подобные функции выражаются через порядок слов, частицы, контекст [7], что приводит, как показывает анализ данных эксперимента, к путанице у студентов, осуществляющих последовательный перевод фразеологизмов с русского языка на китайский. В эту категорию ошибок целесообразно включить ошибки с передачей падежных отношений (неправильное употребление предлогов, несоответствие падежа имени существительного управляющему глаголу или прилагательному) и ошибки в использовании временных форм глаголов, обусловленные несовпадением временных систем русского и китайского языков (например, неправильный выбор аспекта действия (совершенный / несовершенный вид) или неверная передача прошедшего, настоящего или будущего времени).

Часто встречаются случаи, когда студенты переносят падежи и временные формы из русского текста, не учитывая семантико-грамматические и структурно-стилистические

особенности китайского языка. Так: русский фразеологизм *бить баклуши*, означающий бездельничать, проводить время впустую, заниматься ничем [15], как правило, переводится студентами буквально, как 打木头 (досл.: бить дерево), однако этот перевод не передает истинного значения фразы *бить баклуши* и может вызвать у обучающихся недопонимание (в том числе из-за того, что в китайском языке нет прямого эквивалента, который бы сочетал в себе буквальный смысл и переносное значение). При этом зачастую выявляется неверное употребление падежей и временных форм, например, кит.: 我整天发呆, 直到工作等着我 (досл.: Я весь день бил дерево, пока меня ждет работа) – рус.: *Весь день я сидел и бил баклуши, пока ожидал работу*). Вероятно, причина такого рода ошибки заключается в том, что студенты не всегда понимают контекст и культурные особенности, связанные с использованием фразеологизмов. Дословный перевод фразы не отражает идею безделья или праздности. Вместо этого он создает образ физического действия, что совершенно не соответствует контексту, в котором применяется оригинальная фраза, в результате чего неверно употребляются падежные и временные формы. Здесь целесообразно использовать аналогичное выражение 发呆 (досл.: бездельничать, бессмысленно раздумывать) [18; 20], с целью описания состояния, когда человек ничем не занят, когда кто-то сидит и смотрит в одну точку, не занимаясь никакой деятельностью. Однако в китайском языке это выражение также может подразумевать, что человек отвлечен и не сконцентрирован на чем-то важном.

В качестве аналогичных примеров неверного употребления падежей и временных форм можно привести такие фразеологические единицы, как:

- рус.: *схватить за живое* (возможный эквивалентный перевод: 触动心弦 (досл.: прикоснуться к струнам сердца); ошибочный перевод: 抓住活的 (досл.: поймать живым) – (дословный перевод не передает метафорический смысл);
- рус.: *кот наплакал* (возможный эквивалентный перевод: 微不足道 (досл.: немного, незначительно); ошибочный перевод: 猫哭了 (досл.: кот плакал) – (дословный перевод не передает суть выражения);
- рус.: *снять сливки* (возможный эквивалентный перевод: 获取利益 (досл.: получить выгоду); ошибочный перевод: 拿掉奶油 (досл.: удалить сливки) – (дословный перевод не имеет аналогичного смысла в китайском языке).

В выше представленных примерах при последовательном переводе фразеологизмов с русского на китайский студенты часто не учитывают, что в русском языке используются падежи для передачи различных значений и функций слов, в то время как в китайском языке это достигается через порядок слов и контекст. Все это приводит к неверному использованию предлогов или частиц в китайском языке для передачи падежных значений русского фразеологизма (неправильному употреблению предлогов, соответствующих дательному, родительному или творительному падежам) [17]. Кроме того, студенты не учитывают правила выбора временных форм, например, если в русском языке используется прошедшее время, студенты могут использовать его и в китайском, не учитывая, что в китайском языке контекст и временные указатели («вчера», «в прошлом месяце») имеют ключевое значение для передачи временного аспекта действия. При этом происходит неточное отражение временных отношений, проявляющихся в использовании неправильного глагольного времени, вида или залога. Отсюда возникает ряд сложностей, касающихся как грамматической структуры, так и общего смысла предложений. В целом анализ данных экспериментального исследования показывает недостаточный уровень понимания различий между грамматическими

системами русского и китайского языков у студентов, что приводит к систематическим ошибкам в переводе и интерпретации фразеологизмов и других языковых конструкций.

3. Проблемы с переводом семантико-грамматических оттенков фразеологических единиц (19,9%). Фразеологизмы представляют собой класс идиоматических выражений, значение (и оттенки значения) которых зачастую сложно вывести из значений составляющих их слов. Передача этих семантико-грамматических оттенков – сложная задача, требующая глубокого понимания как русского, так и китайского языков. Соответственно, в рамках данной группы были выделены следующие группы ошибок:

– неполный перевод значения (перевод фразеологизма, который передает лишь часть его смыслового содержания, опуская важные нюансы и коннотации). Например, выражение рус.: *держат камень за пазухой*, было переведено студентами как 隱藏石頭 (досл.: спрятать камень, скрыть камень). Этот фразеологизм означает скрывать обиду или замышлять что-то недоброе [13]. В китайском переводе используется образ камня, который прячется, однако в данном случае не передается полная коннотация выражения, при этом в переводе студентов не отражается эмоциональная окраска и тонкости русского языка, характеризующие предательство, обиду, коварство. При этом, отталкиваясь от национально-культурной специфики выражения, важно учитывать, что *держат камень за пазухой* также олицетворяет внутреннюю борьбу человека, который на первый взгляд выглядит мирным, но на самом деле таит в себе злобу или недовольство. Перевод этого выражения только как 隱藏石頭 (досл.: спрятать камень, скрыть камень) упрощает его смысл и не отражает глубину эмоций и культурные корни, которые ему присущи. Отсутствие полного контекста может привести к недопониманию и искажению не только фразеологической единицы, но и в целом культуры. В частности, китайская культура интерпретирует отношение к конфликтам и предательствам по-другому [4], и таким образом фразеологизм может звучать совершенно иначе. В результате, при переводе важно не только сохранить буквальный смысл слов, но и передать их культурные ассоциации и эмоциональную составляющую;

– искажение смысла (перевод, который приводит к неправильному пониманию фразеологизма в целом). Здесь в качестве примера следует привести выражение рус.: *не всё то золото, что блестит*, которое переводилось студентами как 一切都是金子閃閃發光 (досл.: все сверкает золотом). В русском языке это выражение указывает на то, что внешность может обмануть [13]. Перевод, в свою очередь, не передает смысла выражения, при этом искажает и культурный контекст, в котором оно используется. Вероятно, причиной подобных ошибок у студентов может быть не только недостаточный уровень знания национально-культурных особенностей русских, но и специфика культурных особенностей китайцев, для которых блеск и золото часто ассоциируются с удачей, богатством и положительными эмоциями [20]. Таким образом, перевод не только искажает смысл, но и обозначает собственные представления студентов о философских и моральных ценностях китайской культуры, и вкладывают их в перевод фразеологизма. Все это подчеркивает важность учета культурного контекста при переводе такого рода единиц;

– неуместное использование синонимов (подбор синонимов, которые не передают специфический оттенок значения исходного фразеологизма). Например, фразеологическая единица рус.: *на одной волне* переводилась студентами как 處於同一水平 (досл.: на том же уровне), 在同一頻道上 (досл.: на том же канале). Данный фразеологизм, обозначающий, что люди понимают друг друга и мыслят одинаково [15],

при переводе его студентами приобретал образ уровня или канала, что в целом искажает исходное значение выражения и игнорирует его глубокую межличностную природу. Фразеологизм *на одной волне* в русском языке подразумевает гармоничное взаимопонимание и единство мышления между людьми, что можно рассматривать как отражение особенностей русской культуры, где акцент на общении и взаимопонимании играет одну из важных ролей. Однако выбранные синонимы в переводе студентов (кит.: *處於同一水平* и *在同一頻道上*) фокусируются на измерениях уровня или технических аспектах, которые не передают эмоциональной насыщенности и взаимосвязи. Все это подчеркивает проблему неуместного использования синонимов, когда при переводе могут теряться смысловые нюансы и пр.

Отдельно необходимо выделить группы **ошибок, связанных с выбором лексических соответствий (11,4%), стилистических аспектов (7,3%),** а также группу **различных других грамматических ошибок (2,3%).** Данные группы составляют меньшую часть из выявленных в ходе экспериментального исследования грамматических ошибок, допускаемых студентами при последовательном переводе фразеологизмов с русского языка на китайский. В частности, первая из указанных групп ошибок обусловлена подбором китайских лексем, которые не точно или не полностью соответствуют лексическому составу русского фразеологизма. Ошибки здесь могут быть вызваны неправильным подбором синонимов (выбор синонима, который не вполне точно отражает значение слова или фразеологической единицы в целом). Кроме того, студенты могут сталкиваться с проблемами, связанными с отсутствием прямых аналогов в китайском языке для отдельных русских фразеологических единиц, с различными стилистическими аспектами и пр., что также может приводить к ошибкам при переводе (в некоторых случаях использование студентами дословного перевода может приводить к потере первоначального смысла или созданию неестественных конструкций).

Таким образом, выделив основные грамматические ошибки, допускаемые студентами при последовательном переводе фразеологизмов с русского языка на китайский (в частности, ошибки в согласовании, неверное употребление падежей и временных форм и проблемы с переводом семантико-грамматических оттенков фразеологических единиц и др.), можно сделать вывод, что эти ошибки не только затрудняют процесс перевода фразеологизмов, но и могут искажать передачу национально-культурных кодов, заложенных в этих единицах. Неправильное понимание и использование грамматических структур может привести к потере особенностей текста (речи), которые являются важной частью культурного контекста оригинала. В связи с этим, с целью улучшения качества перевода фразеологических единиц необходимо уделять внимание не только грамматическим аспектам, но и культурным особенностям, связанным с употреблением этих выражений в языке оригинала, что включает в себя изучение не только грамматики и лексики, но и социокультурного контекста, в котором используются фразеологизмы, а также их семантико-грамматических и структурных функций. Соответственно, выявленные грамматические ошибки, допускаемые студентами при переводе фразеологизмов, служат не только показателем уровня языковой подготовки студентов, но и сигналом о необходимости интеграции культурологического подхода в процесс обучения переводу, что, в свою очередь, будет способствовать более качественной и точной интерпретации фразеологических единиц и их значений в контексте перевода с русского языка на китайский.

Библиография

1. Авербух К.Я. Лексические и фразеологические аспекты перевода: учебное пособие для студ. вузов / К.Я. Авербух, О.М. Карпова – М.: Издат. центр «Академия», 2009.

2. Александрова Е. В. Фразеологизм как национально-культурная метафора филолого-герменевтический аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Александрова Елена Владиславовна,-Тверь, 2015.-204 с.
3. Асабина А. А. Роль прагматического потенциала фразеологических единиц в реализации когнитивных моделей ситуаций // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2022. Т. 28, № 2. С. 152–159
4. Бао Хуэйнань. Культурный контекст и перевод.-Пекин: Китайская международная переводческая и издательская компания, 2001.
5. Бархударов, Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода / Л.С. Бархударов.-М: Изд-во ЛКИ, 2008.
6. Ван Синьцзюй. Фразеологизмы, характеризующие поведение человека, в русском и китайском языках: автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Ван Синьцзюй,-Уфа, 2018.-27 с.
7. Верещагин, Е. М. Язык и культура / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М.: Русский язык, 2005.
8. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В.С. Виноградов. – М.: Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001.
9. Войнова, Л.А. Фразеологический словарь русского языка: Свыше 4000 словарных статей / Л. А. Войнова, В. П. Жуков, А. И. Молотков, А. И. Фёдоров. – М.: Русский язык, 1978.
10. Войцехович, И. В. Практическая фразеология современного китайского языка / И.В. Войцехович. – М.: АСТ Восток-Запад, 2007.
11. Ковшова М.Л. Как с писаной торбой носиться: принципы когнитивно-культурологического исследования идиом // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки рус. культуры, 1999. – С. 164–173.
12. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990.
13. Линь Лю. Художественный перевод фразеологизмов в паре языков русский – китайский: к проблеме передачи образности и социокультурной специфичности // Филологические науки. 2017. № 3 (69). С. 113-116.
14. Лю Айхуа. Проблемы перевода фразеологизмов (на фоне русского и китайского языков) // Балтийский гуманитарный журнал. 2020. № 4 (33). С. 285-288.
15. Ма Лин. Фразеологизмы, характеризующие психоэмоциональное состояние человека, как репрезентанты русской и китайской языковых картин мира: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Ма Лин,-Уфа, 2018.-169 с.
16. Солодуб, Ю. П. Теория и практика художественного перевода / Ю.П. Солодуб. – М.: Академия, 2005.
17. Телия, В.Н. Большой фразеологический словарь русского языка / В.Н. Телия, И.С. Брилёва. – М.: АСТ-Пресс Книга, 2009.
18. Фоменко И. Б., Чжан Синьвэнь. Особенности перевода китайских фразеологизмов с антропонимическим компонентом на русский язык // Вестник Приамурского гос. ун-та им. Шолом-Алейхема. 2018. № 2 (31). С. 88-92.
19. Хайна Цзюй. Отражение специфики русской и китайской лингвокультур в устойчивых оборотах с темпоральной семантикой: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Хайна Цзюй,-Екатеринбург, 2017.-283 с.
20. Хуан Боронг, Ляо Сюдун. Справочник по современному китайскому языку.-Пекин: HigherEducationPress, 2011.
21. Цзинь Ди. Исследование эквивалентного перевода.-Пекин: Китайская международная переводческая и издательская компания, 1989.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в рецензируемой статье выступают грамматические ошибки, допускаемые при последовательном переводе фразеологизмов с русского языка на китайский. Актуальность работы не вызывает сомнения. Сегодня научный интерес все больше привлекает китайский язык как один из наиболее востребованных языков в международной практике. Очевидно, что для осуществления эффективной межкультурной коммуникации необходимы сформированные навыки перевода. Однако в любом языке существует немало языковых средств, порождающих преграды в коммуникации. Одним из таких средств являются фразеологизмы, которые значимы для понимания особенностей менталитета, моделей поведения, ценностей носителей лингвокультур: «фразеологизмы, являясь важной частью каждой языковой системы, отображают уникальные исторические и национально-культурные коды, что делает их перевод особенно сложным (поскольку он требует от переводчика, прежде всего, умения находить эквивалентные единицы, которые позволят не только передать буквальные значения, но и сохранить национальные, культурные и пр. особенности языка оригинала)». В данном исследовании выявляется специфика наиболее часто встречающихся ошибок, обусловленных семантико-грамматической и структурной характеристикой русских фразеологизмов и их несоответствием грамматическим нормам китайского языка (что и послужило целью исследования): «несмотря на большое количество работ, рассматривающих проблемы и трудности перевода фразеологизмов с русского языка на китайский, на сегодняшний день практически не представлены типологии грамматических ошибок, совершаемых студентами в процессе последовательного перевода русских фразеологических единиц на китайский язык».

Теоретической основой научной работы являются труды отечественных и зарубежных ученых в области теории перевода (В. Н. Комиссаров, В. С. Виноградов, Л. С. Бархударов, Ю. П. Солодуб, Бао Хуэйнань), лингвокультурологии (Е. М. Верещагин, Хайна Цзюй), фразеологии и особенностей передачи фразеологизмов на другие языки (И. В. Войцехович, М. Л. Ковшова, А. А. Асабина, Е. В. Александрова, И. Б. Фоменко Чжан Синьвэнь, Ма Лин, Линь Лю, Лю Айхуа, Ван Синьцзюй, Цзинь Ди). Библиография насчитывает 21 источник, что представляется достаточным для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики. Библиография соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи.

Методология исследования определена поставленной целью, задачами и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, описательный и статистический методы, семантический и сопоставительный анализ, а также фразеологический и лингвокультурологический анализ, подразумевающий выявление, анализ и описание разноуровневых языковых единиц, соотнесённых с определённым этнокультурным пространством. Для выявления грамматических ошибок и их классификации проведено эмпирическое исследование на базе Лингвистического университета (г. Москва), где при помощи анкетирования, наблюдения и опроса студентов и преподавателей собраны данные о типичных ошибках, встречающихся при переводе фразеологических единиц с русского языка на китайский. Промежуточные результаты представлены в таблице (типы ошибок, их частотность, контекст возникновения, конкретный пример использования фразеологизма) и на рисунке (частотность выявленных грамматических ошибок).

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) подробно рассмотреть основные грамматические ошибки, допускаемые при последовательном переводе фразеологизмов с русского языка на китайский (ошибки в согласовании, неверное употребление падежей и временных форм и проблемы с переводом семантико-грамматических оттенков фразеологических единиц и др.), и сделать вывод о том, что эти ошибки не только затрудняют процесс перевода фразеологизмов, но и могут искажать передачу национально-культурных кодов, заложенных в этих единицах. Неправильное понимание и использование грамматических структур может привести к потере особенностей текста (речи), которые являются важной частью культурного контекста оригинала. Все выводы сформулированы логично и отражают содержание рукописи.

Теоретическая значимость работы заключается в выявлении грамматических ошибок, допускаемых при переводе фразеологизмов с русского языка на китайский. Практическая значимость определяется возможностью использования полученных результатов как в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике, так и в процессе преподавания вузовских курсов по языкознанию и теории языка, по теории перевода и лингвокультурологии, фразеологии и лексикографии.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стил ь статьи отвечает требованиям научного описания. Рукопись имеет завершенный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Лю Б., Перфильева Н.В. Ризоматичность новостных заголовков цифровых медиа на русском и китайском языках // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72972 EDN: COLEJD URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72972

Ризоматичность новостных заголовков цифровых медиа на русском и китайском языках

Лю Бо

аспирант, кафедра общего и русского языкознания филологического факультета, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы
доцент Института иностранных языков Хубэйского университета национальностей

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ 1042228094@pfur.ru



Перфильева Наталия Владимировна

ORCID: 0000-0002-1018-809X

кандидат филологических наук

доцент, кафедра общего и русского языкознания, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ perfilyeva_nv@pfur.ru



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72972

EDN:

COLEJD

Дата направления статьи в редакцию:

03-01-2025

Дата публикации:

10-01-2025

Аннотация: Статья посвящена выявлению общих закономерностей проявления ризоматичности новостных заголовков российских и китайских ведущих Интернет-СМИ. Предметом исследования является ризоматичность новостных заголовков цифровых

медиа, которая проявляется в сложных взаимосвязях текстов в киберпространстве. Материалом служат заголовки международных новостей ведущих российских и китайских цифровых медиа за 2024 год. Научная новизна определяется тем, что впервые проведена попытка сравнительного исследования, посвященного основным проявлениям ризоматичности новостных заголовков российских и китайских ведущих цифровых СМИ. Являясь анонсом и гиперссылкой новостной статьи Интернет-СМИ, комплексные цифровые заголовочные тексты получают типичные ризоматичные характеристики, как: взаимосвязанность, неоднородность, множественность, нелинейность, открытость, динамичность, статус которых однозначно не определен. Их анализ и определяет актуальность исследования. Методы исследования сочетают в себе классификацию языковых единиц, лингвистическое описание, функционально-семантический анализ, сравнение, позволяющие выявить общие ризоматические свойства новостных заголовков ведущих российских и китайских Интернет-СМИ. Результаты исследования заключаются в том, что показано, что ризоматичность свойственна заголовкам международных новостей российских и китайских ведущих цифровых медиа. Анализ комплекса заголовков новостей российских и китайских цифровых СМИ по 6 основным характеристикам ризомы показал, что в новостных заголовочных текстах обнаруживаются ризоматические взаимосвязи, на которых проявляются следующие свойства: цитатность, гипертекстуальность, интертекстуальность, прецедентность, гетерогенность, многомерность, множественность, дискретность, фрагментарность, внеструктурность, нелинейность, детерриторизованность, ретерриторизованность, децентральность, открытость и динамичность. Полученные результаты исследования могут быть основой дальнейших исследований в данной области и использоваться в практике преподавания вузовских курсов соответствующих дисциплин. Вывод исследования состоит в том, что ризоматичность является основным атрибутом текстов новостных заголовков российских и китайский ведущих цифровых медиа.

Ключевые слова:

ризома, ризоматичность, ризоматическая среда, ризоматическая логика, принципы ризомы, новостной заголовок, цифровые медиа, взаимосвязь, гетерогенность, ретерриторизация

Введение

Сегодняшние новостные заголовки являются нелинейной комбинацией текстов, фоторепортажей, графиков, аудио, видео и т. д., поддерживаемой цифровыми технологиями, благодаря которым данные тексты являются активными ссылками на сайтах цифровых СМИ. Е.Н. Пескова пишет: «Такая структура медиакommunikации приводит к взаимопроникновению стилистических, жанровых и языковых особенностей СМИ» [\[1, с. 28\]](#), что образует новые взаимосвязи в текстах новостных заголовков такие, как: гипертекстуальность, неоднородность, множественность, нелинейность, децентральность, динамичность и запутанность. Все перечисленные особенности представляют собой характерные черты ризомы в цифровом киберпространстве.

Термин *ризома* (от франц. *Rhizome* 'корневище') был заимствован из ботаники французскими философами Ж. Делёз и Ф. Гваттари в 1976 г. для того, чтобы описывать и интерпретировать явления постструктурализма и постмодернизма, которые

характеризуются сложной взаимосвязью, отсутствием единого центра и определенных границ, гетерогенностью, множественностью, нелинейностью, открытостью, динамичностью и т. д. Ученые отметили, что ризома «сделана не из единиц, а из измерений, или, скорее, из подвижных направлений. У нее нет ни начала, ни конца, но всегда – середина, из которой она растет и переливается через край. Она конституирует линейные множества с измерениями, без субъекта и объекта» [2, с. 37]. Ризома – это произвольное и нелинейное многоуровневое образование, представляет собой сложную модель организации текста в цифровой среде. Ученый В. М. Шарков считает, что «ризоматическая логика очень хорошо работает в многомерном мире, она идеально подходит для проведения многофакторной оптимизации и помогает сопрягать "несопрягаемое", обеспечивает конвергенцию традиционных наук и духовных заповедей» [3].

В 1970 году французский философ М. Фуко предрек: «Возможно, когда-нибудь нынешний век станет известен как век Делезианский» [4, с. 885]. По мере наступления эпохи больших данных, Интернета, искусственного интеллекта и метавселенной «цифровые технологии произвели революцию в способах связи людей друг с другом и создали цифровую сеть, которую можно расширять практически бесконечно. Причина, по которой социальные изменения в эпоху цифровых технологий имеют фундаментальное значение, заключается в том, что цифровые технологии меняют поведение людей, реорганизуют методы производства и организации, изменяют образ жизни, перестраивают социальные структуры и воссоздают социальные механизмы работы. По сравнению с индустриальным обществом цифровое общество имеет совершенно другие методы связи, модели поведения, системы знаний, системы ценностей и социальные структуры» [5, с. 88].

Непрерывно идет процесс образования новых ризоматических моделей и ризоморфных сред. Эффективный ризома-анализ становится значимой частью исследований научных и общегуманитарных проектов. Опубликован ряд исследований, в которых представлена концепция *ризомы* в образовании, искусстве, архитектуре, журналистике, литературе, социологии и естественных науках.

Методами исследования выступают следующие: сплошная выборка новостных заголовков, классификация отобранных единиц, лингвистическое описание и комментирование, функционально-семантический анализ, сравнительный анализ и др., позволяющие разработать и выяснить общие закономерности ризоматичности новостных заголовков российских и китайских ведущих цифровых СМИ.

Материалом исследования является более 1000 заголовков международных новостей российских и китайских ведущих цифровых медиа за 2024 год, выбранных из популярных авторитетных источников РИА Новости (РФ) и Reference News (КНР), которые являются одними из крупнейших международных информационных агентств, самыми цитируемыми и ведущими Интернет-СМИ в мире.

Результаты исследования ризоматичности новостных заголовков российских и китайских цифровых медиа

Философское понятие *ризомы* позволяет по-новому рассмотреть и представить взаимосвязи составных частей и свойств сложного комплексно-заголовочного текста в многомерном цифровом Интернете. Е. В. Пилюгина отметила, что «концептуальный образ ризомы более размытый и сложный, чем когнитивные пространства дискурса или нарратива. В нем больше эмоционально-оценочных составляющих, – своеобразных

"дополнительных измерений"» [6, с.76]. Это значит, что концепция *ризомы* позволяет комплексно раскрывать взаимосвязь элементов в новостных заголовках цифровых медиа.

Ж. Делез и Ф. Гваттари в книге «Тысяча плато: Капитализм и шизофрения» выделяют 6 основных характеристик ризомы: 1) соединение и 2) неоднородность, 3) множественность и 4) а-означающий разрыв, 5) картография и 6) декалькомания.

1) Принцип соединения заключается в том, что «любая точка ризомы может – и должна быть – присоединена к любой другой ее точке» [2, с. 12]. В комплексе новостного заголовка каждая часть, вербальная и невербальная, по-своему подключена к его другим частям без видимой иерархии и единого центра. Например, заголовок *民调显示:超六成日本人"担心"特朗普* 'Опрос показывает: более 60% японцев "беспокоятся" о Трампе' (21. 12. 2024, Reference News) сопровождается фотографией, на которых Трамп выступает с микрофоном.

Нередко заголовочный текст образует связь с другими текстами, так как цифровой контекст расширяет грань новостного заголовка: он не только интертекстуальный, но и гипертекстуальный, то есть «текст во внешнем пространстве по отношению к другому тексту» [7, с. 34]. По мнению Ю. С. Кристевой, «любой текст строится как мозаика цитаций» [8, с.167]. При таком подходе наблюдаются такие интертекстуальные связи, как: цитатность, прецедентность, гипертекстуальность.

Рассмотрим заголовочный комплекс *"Содержательная пустота"*. Пушков сравнил Трампа и Харрис (14. 09. 2024, РИА Новости), в котором прямая цитата *содержательная пустота* отсылает к словам председателя комиссии Совфеда в Telegram-канале по информполитике А.К. Пушкова. Выражение *содержательная пустота* метафорически ассоциируется с беспричинным смехом кандидата К. Харрис на пост президента США.

"Содержательная пустота". Пушков сравнил Трампа и Харрис

14 сентября, 11:29 5325



Заголовок является гиперссылкой, которая ведет на другие сайты: *"Содержательная пустота"*. Пушков сравнил Трампа и Харрис (14. 09. 2024, mos. news), *"Содержательная пустота"*. Пушков сравнил Трампа и Харрис (14. 09. 2024, РИМ), *Харрис назвали содержательной пустотой в сравнении с Трампом* (14. 09. 2024, LENTA. RU) и т. д.

2) Принцип неоднородности: в ризоме «каждая черта не отсылает с необходимостью к лингвистической черте: семиотические звенья любой природы соединяются здесь с крайне различными способами кодирования» [2, с. 12]. Цифровые технологии придают тексту разнородные характеристики. Как правило, комплекс-заголовок новости Интернет-СМИ не только вербальный, но и невербальный.

Анализ заголовков международных новостей ведущих российских и китайских агентств РИА Новости (РФ) и Reference News (КНР), показал, что комплексы заголовков являются неоднородными и представляют собой синтез текста, фоторепортажа, видео или аудио рядов. Например, заголовок *Шольца освистали на месте теракта в Магдебурге* (21.12.2024, РИА Новости) визуализируется небольшим видео, на котором Олафа Шольца встречают возмущенные люди на улице Магдебурга. Микровидео добавляет информацию о месте теракта. Приведем еще пример: заголовок *美国会批准专项"反华"资金* | 参考独家

'Конгресс США утвердил "антикитайские" специальные фонды. Эксклюзив' (13. 09. 2024, Reference News) состоит из текста и фото Капитолия США, символа американского правительства и мировой гегемонии.



美国会批准专项“反华”资金 | 参考独家

2024-09-13 13:03

Проведенный анализ подтвердил, что:

- комплекс-заголовок состоит из разных структурных единиц: текст, видео, фото и т.д.;
- для него характерна гетерогенность, фрагментарность и дискретность;
- составленные части комплекса новостного заголовка выполняют несколько функций: декодируют, дополняют информацию, образуют связь с другими текстами.

Современные заголовки международных новостей являются гибридными. Все эти неоднородные части комплекса-заголовка дают многомерное впечатление о событии или новости.

3) **Принцип множественности** ризомы представляет собой отсутствие единого центра. Комплексы новостных заголовков разнородны, многомерны, дискретны и открыты. Согласно Ж. Делезу и Ф. Гваттари, у них нет ни единого центра, «ни субъекта и ни объекта, есть только определения, величины, измерения, способные расти лишь тогда, когда множество меняет свою природу» [\[2, с. 14\]](#).

Рассмотрим заголовок *"Играем с огнем"*. В США встревожены заявлением Путина о конфликте с НАТО (13.09.2024, РИА Новости).

"Играем с огнем". В США встревожены заявлением
Путина о конфликте с НАТО

13 сентября, 05:45 74612



Играем с огнем является цитатой американского отставного офицера Д. Дэвис в эфире YouTube. Фразеологизм *играть с огнем* имеет значение 'заниматься чем-то крайне опасным' как в западной, так и восточной лингвокультурах. Фотография дополняет образ *опасности* и серьезности: президент России В. В. Путин выступает на темном фоне. Данная фраза активно употребляется в заголовках и становится элементом гипертекста, тем самым образуя сложные ризоматические связи:

"Играем с огнем": в США отреагировали на слова Путина об участии НАТО в конфликте на Украине (13.09.2024, Комсомольская правда);

Дэвис: Запад "играет с огнем", готовясь разрешить Украине удары вглубь РФ (13.09.2024, Общественная служба новостей);

Офицер США Дэвис: Запад "играет с огнем", готовясь к разрешению ударов вглубь РФ (13.09.2024, Южный Федеральный) и т.п.

В китайских новостных СМИ употребляется тот же прием: *俄驻美大使警告: 不要玩火!* 'Посол

России в США предупреждает: *не играй с огнем!* (14. 09. 2024, Reference News) с фоторепортажем посла А. И. Антонова;

俄警告美欧"不要玩火" 'Россия предостерегает США и Европу *"не играть с огнем"*' (18. 05. 2024, Reference News).

Принцип соединения и принцип гетерогенности новостных заголовков способствуют образованию открытой множественности. По мнению Ж. Делеза и Ф. Гваттари, комплекс новостного заголовка «существует только благодаря внешнему и во внешнем» [2, с. 8]. Таким образом, новостной заголовок цифровых медиа представляет собой сложный комплекс, содержание которого образуется и нелинейным способом. Для него характерны такие ризоматичные свойства, как полимодальность, гетерогенность, открытость, интертекстуальность и многомерность.

4) Принцип *а-означающего разрыва*:

Ж. Делез и Ф. Гваттари пишут: «Ризома может быть разбита, разрушена в каком-либо месте, но она возобновляется, следуя той или иной своей линии, а также следуя другим линиям» [2, с. 16]. По их мнению, ризоматизация происходит в гомогенных и гетерогенных контекстах. Это часто наблюдается в таких новостных заголовках, которые обладают цитатами, прецедентными феноменами, интернет-мемами и т. д.

Рассмотрим заголовок *"Будет еще хуже". США готовят новую цветную революцию* (21.08.2024, РИА Новости).

"Будет еще хуже". США готовят новую цветную революцию

21 августа, 08:00 61701



Во-первых, выражение *будет ещё хуже* является цитатой политолога Д. О. Денисова о беспорядках в Белграде;

Во-вторых, политический термин *цветная революция* напоминает читателям о массовых уличных акциях протеста и беспорядках при поддержке зарубежных организаций на постсоветском пространстве, в азиатских и африканских странах, куда США и Запад устойчиво стремятся экспортировать их «демократию»;

Во-третьих, на фотографии силуэт мужчины с национальным флагом США на спине крупным планом контрастирует с украинским флагом вдали и Капитолием США на заднем плане.

Также и заголовок *俄情报机构:美正在格鲁吉亚策划"颜色革命"* 'Российская спецслужба: США планируют "цветную революцию" в Грузии' (27. 08. 2024, Reference News), в котором наблюдаются и цитата и термин *цветная революция*.

Все эти фрагментарные компоненты информации образуют комплекс данного новостного заголовка, а информация представляет собой открытую нелинейную полиморфную ризому.

5) Принцип *картографии* и 6) Принцип *декалькомании*.

Ж. Делез и Ф. Гваттари ввели термины *картография* и *декалькомания* для обозначения сложных, динамичных и неоднородных свойств ризомы, которая «не подчиняется

никакой структурной или порождающей модели» [9, с. 357]. Полученная таким образом множественность представляет собой символический признак ризомы. Принципы картографии и декартанизма детерминируют процесс самоорганизации множеств ризомы и ее автохтонной эволюции.

По мнению В. С. Малахова и В. П. Филатова, ризома рассматривается как «разветвлённая корневая система с множеством "узлов"», которая «гораздо лучше подходит к описанию реальности, чем понятие структуры, т. к. отменяет жесткую иерархию отдельных элементов», выражая «сверхсложное взаимопереплетение» компонентов и отсутствуя центра и иерархий [10, с. 357]. Важную роль в ризоматичности играют гипертексты, прецедентные тексты, интернет-мемы, ключевые слова и т. д., представляющие собой важные компоненты новостного заголовка. Служа значительными узлами в ризоморфных пространствах, они детерриторизованы из старой среды, ретерриторизованы в новом контексте для условного образования нового заголовочного текста, случайно сплетены друг с другом семантически, ссылаются на тексты предыдущие и будущие.

Например, заголовок *"Плохие новости для Шольца". На Западе заговорили об апокалипсисе в ФРГ* (20.09.2024, РИА Новости).

"Плохие новости для Шольца". На Западе заговорили об апокалипсисе в ФРГ

20 сентября, 02:19 24126



Цитата *"Плохие новости для Шольца"* заимствована из статьи сайта Politico, перепечатанной РИА Новости. Библийское выражение *апокалипсис* – прецедентный текст из Нового Завета, пророчествующий о "конце света", здесь означает полный крах, безвыходное положение из-за правления Шольца. На фотографии изображен канцлер А. Шольц, руки и лицо которого передают нервное напряжение. Заголовок представляет собой синтез текстовой информации и аллегорий, связанных между собой в киберпространстве.

Выводы

Как «стратегия и закономерность текстопорождения во многих современных коммуникативно-дискурсивных практиках» [11, с. 805], ризоматичность активно действует в современных цифровых медиакоммуникационных текстах, где «сочетаются слова, изображения, диаграммы, аудио и видео» [12, с. 4]. Она приносит новостным заголовкам эффектные и интерактивные формы выражения, которые в свою очередь проявляют многократно переплетенные связи. Проведенный анализ позволил сделать следующие выводы:

во-первых, цифровой заголовок часто является ризоматичным, образует вне иерархические и нелинейные связи;

во-вторых, ризоматичность свойственна полимодальным новостным заголовкам на уровне выражения и содержания;

в-третьих, важную роль в ризоматичности новостных заголовков играют такие вербальные интертексты, как цитатные, прецедентные, гипертексты, интернет-мемы, и невербальные тексты, как фоторепортажи, видео, которые образуют семантическую и

информационную множественность;

в-четвертых, для новостных заголовков нередко характерна дискретность и фрагментарность;

в-пятых, ключевым фактором распространения ризоматичности новостного заголовка являются цифровые среды. В цифровом контексте комплекс новостного заголовка становится не только актом высказывания, сообщающего коммуникативное событие, но и материалом, где полисемантизм содержания и выражения ведет к постоянному наполнению заголовочного текста.

В заключении важно отметить, что анализ общих закономерностей ризоматичности заголовков новостей в цифровой среде позволяет нам познать сложность и множественность выражения заголовочных текстов в современном киберпространстве в аспекте взаимодействия разнородных текстов. Изучение ризоматичности новостных заголовков цифровых медиа является попыткой пересмотреть сложные свойства, взаимосвязи и взаимодействия компонентов комплекса новостного заголовка с позиции постмодернизма.

Библиография

1. Пескова Е. Н. Медиакоммуникация и медиадискурс: подходы к определению понятий, структура и функции // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 2 (16). С.26-31.
2. Делез, Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато: Капитализм и шизофрения / пер. с франц. и послесл. Я. И. Свирского; науч. ред. В.Ю. Кузнецов. – Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010. 895 с.
3. Шарков В. М. Ризоматическая логика // Дельфис. 2014. № 79. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.delphis.ru/journal/article/rizomaticheskaya-logika> (дата обращения: 09. 10. 2024.)
4. Foucault M. *Theatrum philosophicum* // Critique. 1970. No. 282. Pp. 885-908.
5. Wang T. Social Change and Social Research in the Digital Age // School of Social Sciences, Tsinghua University. Social Sciences in China. 2021. No. 12. Pp. 73-88. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sss.tsinghua.edu.cn/info/1074/5644.htm> (дата обращения: 09. 10. 2024.)
6. Пилюгина Е. В. Социальное бытие постмодерна как со-бытие: дис. ... доктора философских. наук: 09.00.01 / Пилюгина Елена Владимировна. – М., 2019. 394 с.
7. Стройков, С. А. Англоязычный электронный гипертекст как объект лингвосомиотического исследования: автореферат дис. ... доктора филологических. наук: 5.9.8 / Стройков Сергей Александрович. – Волгоград, 2024. 42 с.
8. Кристева Ю. С. Избранные труды: Разрушение поэтики / Пер. с фр. Г. К. Косиков, Б. П. Нарумов. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. 656 с.
9. Грицанов А. А., Можейко М.А. Постмодернизм. Энциклопедия. – Минск.: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2001. 1040 с.
10. Малахов В. С., Филатов В. П. Современная западная философия: Словарь / Сост. и отв. ред. В. С. Малахов, В. П. Филатов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Острожье, 1998. 544 с.
11. Синельникова Л.Н. Ризома и дискурс интермедиальности // Russian Journal of Linguistics. 2017. № 4. С.805-821. DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-4-805-821
12. Hauer T. Technological Determinism and New Media // International Journal of English, Literature, and Social Science (IJELS). 2017. № 2(2), Pp. 1-4

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступают ризоматичность новостных заголовков цифровых медиа на русском и китайском языках, которые представляют собой «нелинейную комбинацию текстов, фоторепортажей, графиков, аудио, видео и т. д., поддерживаемую цифровыми технологиями, благодаря которым данные тексты являются активными ссылками на сайтах цифровых СМИ, причем такая структура медиакommunikации «образует новые взаимосвязи в текстах новостных заголовков такие, как: гипертекстуальность, неоднородность, множественность, нелинейность, децентральность, динамичность и запутанность. Все перечисленные особенности представляют собой характерные черты ризомы в цифровом киберпространстве». Актуальность работы очевидна и обусловлена, во-первых, своей новизной, во-вторых, бурным развитием цифровых средств массовой информации и увеличением их роли в жизни современного общества. Средства массовой информации не только отображают стремительно меняющуюся картину окружающего мира, но и являются инструментом воздействия на образ мыслей и поведение людей. Таким образом, представляется важным изучение ризоматичности заголовков в современных цифровых медиакommunikационных текстах: «в цифровом контексте комплекс новостного заголовка становится не только актом высказывания, сообщающего коммуникативное событие, но и материалом, где полисемантизм содержания и выражения ведет к постоянному наполнению заголовочного текста». Работа выполнена на языковом материале двух языков – русского и китайского, что позволяет использовать полученные данные в сопоставительных исследованиях.

Теоретической основой научной работы являются труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные медиакommunikации и медиадискурсу (Е. Н. Пескова, Томас Хауэр), гипертекстуальности (С. А. Стройков), философским аспектам понятия «ризома» и собственно ризоме (Е. В. Пилюгина, В. М. Шарков, Л. Н. Синельникова В. С. Малахов, В. П. Филатов, Ж. Делез и Ф. Гваттари, М. Фуко) и др. Библиография насчитывает 12 источников, представляется достаточной для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Практическим материалом исследования послужило более 1000 заголовков международных новостей российских и китайских цифровых медиа за 2024 год, выбранных из популярных авторитетных источников РИА Новости (РФ) и Reference News (КНР), которые являются одними из крупнейших международных информационных агентств, самыми цитируемыми и ведущими Интернет-СМИ в мире.

Методология исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, сравнительно-сопоставительный и описательный методы, метод контекстуального и дискурсивного анализа, а также функционально-семантический анализ и методы сплошной выборки новостных заголовков, классификации отобранных единиц, лингвистического описания и комментирования, позволяющие выявить общие закономерности ризоматичности новостных заголовков российских и китайских ведущих цифровых СМИ.

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) рассмотреть понятие «ризома»; его шесть основных характеристик (соединение, неоднородность, множественность, а-означающий разрыв, картография и декалькомания) на примерах заголовков российских и китайских СМИ; сформулировать

ряд существенных выводов относительно ризоматичности цифровых заголовков, их свойств и особенностей, вербальных интертекстов (цитатные, прецедентные, гипертексты, интернет-мемы) и невербальных текстов (фоторепортажи, видео), которые образуют семантическую и информационную множественность и др.

Теоретическая значимость и практическая ценность работы заключается в том, что результаты исследования расширяют знание в области эффективной медиакommunikации («изучение ризоматичности новостных заголовков цифровых медиа является попыткой пересмотреть сложные свойства, взаимосвязи и взаимодействия компонентов комплекса новостного заголовка с позиции постмодернизма») и могут применяться в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике и в вузовских курсах по стилистике и интерпретации текста, по дискурсивной лингвистике, медиалингвистике, информационным технологиям в журналистике и др.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стил ь изложения отвечает требованиям научного описания, содержание рукописи соответствует названию. Статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Вань Г., Шабельская Н.К. Отражение концепта «Справедливость» в сознании русского и китайского народов // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72990 EDN: CGYJQJ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72990

Отражение концепта «Справедливость» в сознании русского и китайского народов

Вань Гуанфу

аспирант, филологический факультет, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы

117198, Россия, Москва область, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6, 700

✉ 157723746@qq.com

**Шабельская Ника Кирилловна**

ORCID: 0000-0002-6764-0630

аспирант, кафедра иностранных языков филологического факультета; Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ shabelskya.nk@mail.ru



[Статья из рубрики "Лингвокультурология"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72990

EDN:

CGYJQJ

Дата направления статьи в редакцию:

07-01-2025

Дата публикации:

14-01-2025

Аннотация: Справедливость как одна из ключевых этических и социальных ценностей, признаваемая многими народами мира, занимает уникальное место в ядре культур. В данной статье рассматривается концепт «Справедливость» в двух полярных картинах мира – китайской и русской. Опираясь на «отсистемный подход» изучения концептов, в

данной статье большое внимание уделяется словарным определениям и фоновым лингвокультурным знаниям. Для определения структуры и периферийных значений концепта автор подробно описывает определения слова, исторические сведения, важные для понимания концепта. Если в древности акцент делался на правовой и моральной справедливости, то в современности концепт «справедливость» охватывает экономические, образовательные и гендерные аспекты. Также в работе приводится подробный поморфемный анализ понятия в китайском языке. Для исследования глубинных значений концепта в конце статьи приводятся результаты проведения ассоциативного эксперимента, проведенного на базе 2 университетов. Были выявлены образные характеристики концептов из двух языков-источников. Полученные наиболее частотные ассоциации позволили уточнить границы концептосферы «Справедливость». Сравнительный анализ лексического поля, связанного со словом "справедливость", указывает на наличие уникальных семантических оттенков в каждом языке. В русском языке термин "справедливость" нередко ассоциируется с юридическими понятиями (например, правосудие, закон), формируя идею о правильном, честном и беспристрастном устройстве общества и человеческих отношений. Тогда как в китайском языке оказывается важным использование таких выражений, как "добродетель" и "гармония", которые подчеркивают важность добродетелей. Отмечается высокая значимость коллективной выгоды, социального порядка и стабильности. Исследование устраняет существующую информационную лакуну и добавляет к имеющейся базе знания о концепте "справедливость", подчеркивая культурные различия и сходства, а также продвигает понимание того, как исторические и социальные факторы влияют на формирование этого значения.

Ключевые слова:

концепт, языковая картина мира, ассоциативный эксперимент, лексико-семантического поле, концептосфера, национальный менталитет, ассоциативные связи, справедливость, честность, сопоставительный анализ

Концепт отражает мировосприятие как коллективной языковой личности (то есть усреднённого носителя языка и основы наивной картины мира), так и индивидуальной (например, автора или персонажа). Концепт — это основная ячейка культуры в ментальном мире человека. Он представляет собой пучок представлений, знаний и ассоциаций, которые сопровождают определённое слово. Основным средством представления концептуального знания выступает слово, которое именует концепт и является его органичной составляющей [\[1, с. 40\]](#).

Ввиду высокой значимости в русской и китайской картинах мира многие исследователи обращали свое внимание на смежные концепты морально-этического характера, такие как честь, честность, совесть, духовность, порядочность, патриотизм и др. Однако, в настоящее время существует недостаточно работ, которые направлены на анализ данного концепта в структуре ценностной парадигмы Китая и России. Например, авторы Ли Сюй, Б.Д. Эрдниева в своих исследованиях рассматривают становление концепции «справедливость» в Древнем Китае в рамках философского направления, раскрывают двойственную природу определения [\[2, с. 133\]](#). О.В. Дубкова и Чжан Чжэньцин рассмотрели коммуникативную нагрузку концепции «справедливость» в рамках 20-ти базовых ценностей социализма с китайской спецификой [\[3, с. 85\]](#).

В данной статье мы рассматриваем концепт «справедливость» через «отсистемный подход» как сложное и многогранное понятие, которое отражает моральные принципы и нормы поведения, принятые в русском обществе. В русском языке справедливость как концепт представлено лексико-семантическим полем, то есть совокупностью слов с общим значением. Ядром этого поля и именем концепта является слово «справедливость». Так как значение слова помогает понять структуру связанного с ним концепта, рассмотрим определения слова «справедливость».

Концепт «справедливость» в русском языке

Концепт «справедливость» занимает центральное место в сознании русского народа. Он выступает как универсальная ценность, охватывающая морально-этические, социальные, философские и даже религиозные аспекты. Анализируя концепт «справедливость», можно выделить его исторические корни, языковые проявления, культурные особенности и влияние на поведение и мышление россиян. Концепт «справедливость» представляет собой сложное и многослойное явление, отражающее представления о том, что является правильным, честным и равноправным.

В русском языке слово «справедливость» изначально употреблялось исключительно в профессиональной среде, особенно в деловом документообороте [\[4, с. 80\]](#). Постепенно, оно выходит за рамки юридической и политико-правовой сферы и начинает использоваться в различных контекстах. Со временем слово «справедливость» стало применяться в различных сферах жизни. На государственном уровне оно неразрывно связано с правом и системой, на социальном уровне — с возмездием и правительством, а на индивидуальном уровне справедливость превращается в добродетель человеческого поведения. О.Г. Шуваева считает, что: «Периферийную область лексико-семантического поля «Справедливость» в обыденном и научном сознании составляют различные понятия: в обыденном восприятии – «истина», «правда», «честность», «мораль», «нравственность», «закон», «право», в юридическом восприятии – «наказание» (в уголовном праве), «восстановление», «возмещение», «реституция» (в гражданском праве)» [\[5, с. 229\]](#).

В лингвокультурологии концепт «справедливость» отражает в сознании русского народа идею о правильном, честном и беспристрастном устройстве общества и человеческих отношениях. Он связан с представлениями о равенстве, правде и моральных нормах. В русской культуре справедливость ассоциируется с такими понятиями, как честность, правда, совесть и ответственность. Она предполагает уважение к правам и достоинству каждого человека, а также стремление к равенству и отсутствию привилегий. А.Д. Шмелев отмечает, что «в русской культуре существует особое чувство – любовь к справедливости или страсть к справедливости» [\[6, с. 202\]](#). А.Е. Бочкарев отмечает, что хотя справедливость не является непосредственно чувством, как, например, страх, радость или сожаление, ее значение в эмоциональной и духовной жизни человека очевидно [\[7, с. 21\]](#). Рассмотрим определения слова «справедливость» из толковых и аспектных словарей русского языка для определения структуры и периферийных значений концепта: Словарь С.И. Ожегова дает следующее определение слова «справедливость»: 1. Справедливый (действующий беспристрастно, соответствующий истине); 2. Справедливое отношение к кому-н., беспристрастие [\[8, Ожегов, 2009\]](#).

Концепт «справедливость» в китайском языке

Справедливость, как одна из ключевых этических и социальных ценностей,

признаваемая многими народами мира, занимает уникальное место в китайской культуре. Понятие «справедливость» (公平 gōngpíng) в китайском языке не только отражает основные этические принципы взаимодействия между людьми, но и раскрывает стремление китайского народа к справедливости, равенству и гармонии.

Иероглиф «公» («общественный», «справедливый») в древних китайских письменных системах, таких как надписи на гадательных костях и бронзе, ассоциировался с образом «весов», символизирующих баланс и справедливость.

Иероглиф «平» («равный», «гармоничный») первоначально использовался для описания ровной, гладкой поверхности земли. В «Шо вэнь цзе цзы» он трактуется как «управление» или «приведение к балансу», что подразумевает устранение дисбаланса и установление порядка [9]. Первоначально «公平» использовался в судебной и административной сферах для обозначения справедливого и беспристрастного принятия решений. Например, в «Чжоу ли» («Обряды Чжоу») говорится о «беспристрастной оценке чиновников», что подчеркивает значимость «справедливости» для социального порядка и стабильности. С развитием общества семантика термина «公平» обогатилась. Традиционная китайская культура глубоко пропитана конфуцианской философией, которая придаёт большое значение справедливости. Более того, конфуцианская идея «любви к людям» (仁者爱人 rén zhě ài rén) предполагает справедливое и равное отношение ко всем, что создало этическую основу для восприятия справедливости в Китае. Китайская литература и история насыщены примерами, связанными с понятием справедливости. Например, в «Речных заводах» описывается восстание героев против социальной несправедливости, а в «Троецарствии» упоминается правление Лю Бэя, основанное на принципах «справедливости». Эти примеры иллюстрируют значение справедливости как этического ориентира в китайской культуре. Если в древности акцент делался на правовой и моральной справедливости, то в современности концепт «справедливость» охватывает экономические, образовательные и гендерные аспекты. Ляо Сяомин считает, что справедливость и праведность являются общими ценностными и этическими нормами, присущими китайскому социализму с китайской спецификой и китайской модели модернизации [10, с. 16]. Например, такие понятия, как «равенство возможностей» и «честная конкуренция», отражают стремление китайского общества к более глубокому пониманию справедливости в условиях социальных изменений. От первобытного общества, рабовладельческого общества, феодального общества, капиталистического общества до социалистического и коммунистического общества, каждое изменение в социальном строе представляет собой новый шаг в развитии справедливости и праведности. [11, с. 34] Справедливость и праведность также проявляются на уровне коммерческой деятельности. Юй Тин в своей статье отмечает, что на фоне глобализации конкуренция в бизнесе продолжает усиливаться, и справедливость является важным фактором, обеспечивающим стабильное развитие рынка [12, с. 143].

Концепт «справедливость» (公平) в китайском языке и культуре обладает богатым содержанием и глубоким значением. Оно служит как этическим ориентиром, так и практическим принципом для регулирования социальных отношений. В условиях глобализации китайская концепция справедливости продолжает развиваться, внося вклад в диалог культур и общий прогресс человечества.

Анализ результатов ассоциативного эксперимента

Ассоциативный эксперимент является одним из важнейших методов в психолингвистике.

Ассоциативный эксперимент выступает одним из наиболее надежных и эффективных методов, обеспечивающих доступ к изучению структур знания и сознания [13, с. 24]. Ассоциативный эксперимент раскрывает активное восприятие человеком окружающей действительности, которое находит свое выражение в языке и формирует соответствующие стратегии восприятия и концептуализации. Ассоциативная сеть откликов не является случайной, а представляет собой отражение структурированных концептуальных моделей, существующих в сознании участников эксперимента. По мнению Ю.Н. Караулова, «ассоциативное поле максимально приближено к отражению некоторых мыслительных образов и структур» [14, с. 17].

Для более глубокого и всестороннего понимания проявлений понятия справедливости в сознании русских и китайцев, мы использовали один из наиболее распространенных методов исследования в психолингвистике — эксперимент с языковыми ассоциациями. В качестве объектов исследования мы выбрали 150 студентов Российского университета дружбы народов и 150 студентов Хубэйского университета национальностей.

Экспериментальный вопрос звучал следующим образом:

1) 对于“公平”一词你最先想到哪三个词?(限时一分钟)

2) Первые три пришедших в голову слова на слово "СПРАВЕДЛИВОСТЬ" (время на ответ одна минута)

По итогам проведенного нами ассоциативного эксперимента были выявлены следующие слова-реакции к слову-стимулу «Справедливость»:

Честность (46), Суд (33), Правда (28), Законность (16), Честь (13), Равенство (12), Правосудие (10), Борьба (9), Весы (9), Отсутствие (9), Добро (8), Закон (8), Сила (6), Истина (5), Достоинство (5), Право (5), Совесть (4), Семья (4), Ответственность (4), Порядок (4), Решение (4), Торжество (4), Долг (4), Правильно (4), Правильность (4), Вера (4), Наказание (4), Отвага (3), Жизнь (3), Россия (3), Равноправие (3), Мир (3), Возмездие (3), Равновесие (2), Судьба (2), Порядочность (2), Правила (2), Защита (2), Победа (2), Свобода (2), Революция (2), Качество (2), Люди (2), Поступок (2), Несправедливый (2), Несовершенство (2), Четкость (2), Выборы (2), Строгость (2), Справедливости (2).

Проанализировав данные ассоциативного эксперимента к слову "справедливость", можно сделать следующие выводы:

Наиболее частотные ассоциации представлены следующими понятиями, как "честность" (46), "суд" (33), "правда" (28), "законность" (16), "честь" (13).

Причины данного явления, когда некоторые понятия вызывают наиболее сильные ассоциации, связанные с качествами людей, правосудием, истиной, можно объяснить особенностями русской культуры и мировоззрения:

Моральные ценности. Понятия "честность" и "правда" занимают центральное место в русской культуре, где высоко ценятся добродетели и моральные принципы. Эти качества формируют представление о справедливости как о неотъемлемой части человеческой природы и общественной жизни. В образе справедливого человека всегда должны быть честность и искренность как основные качества.

Правосудие и законность. Ассоциации со словом "суд" и "законность" подчеркивают важность правовой системы и справедливого разбирательства в обществе. В условиях

исторических несправедливостей и социальных изменений, таких как революции и войны, необходимость в правосудии не теряется своей актуальности. Суд всегда является защитником интересов и справедливости для обычного населения, и на протяжении всей истории судопроизводства правосудие выполняло эту функцию, постоянно улучшаясь и модернизируясь. Суд должен быть объективным и беспристрастным для осуществления своих функций.

Честь и достоинство. Понятия "честь" и "достоинство" подчеркивают важность личной и общественной репутации, что также связано с представлениями о справедливом отношении к людям. В русской культуре честь часто ассоциируется с выполнением долга перед семьей и обществом, что усиливает представление о справедливости как о долге перед другими. Например, в "Повести о настоящем человеке" Бориса Полевого, что происходит в программе российских школ, можно увидеть пример настоящего волевого и справедливого человека, готового пожертвовать собой и своим будущим ради общего блага. Алексей Мересьев, главный герой данного произведения, демонстрирует пример настоящего мужества и преданности, поступая так, как велит ему долг. Несомненно, это и другие литературные произведения оставили след в сознании русского человека.

Социальная справедливость. В контексте исторического опыта России, понятия "равенство" и "борьба" могут отражать стремление к социальной справедливости и равным правам для всех. Это связано с историей классовой борьбы и стремлением к улучшению условий жизни для менее защищенных слоев населения. В истории и идеологии СССР понятие "справедливость" играло большую роль, ведь целью данного периода было установление равного положения для всех граждан, что было очевидным стремлением к справедливости. В настоящее время старшие поколения до сих пор помнят о тех временах, и они унаследовали ценности и идеалы того периода. В свою очередь, это принципы и ассоциации переносятся их детям и даже внукам, что повлияло на результат проведенного опроса.

Отдельно стоит сказать про связанный со справедливостью концепт "весы". Ассоциация с "весами" указывает на баланс и справедливое распределение, что также является важным аспектом восприятия справедливости. Это символическое изображение справедливости, которое находит отражение в правовых системах и общественных нормах. Сейчас, в эпоху глобализации, весы являются общим признаком правосудия и объективности, поэтому в России также закрепилась четкая связь между этим символом и справедливостью.

Можно сказать, что восприятие справедливости в русской культуре является многогранным и комплексным, основанным на глубокой связи между моральными ценностями, историческим контекстом и личным опытом людей. Понятие "справедливость" укрепилось в сознании каждого русского человека и влияет на восприятие окружающего вокруг мира и происходящих событий.

Ниже приведены результаты ассоциаций китайских студентов с понятием «справедливость», а также их анализ:

法律 Закон (47), 正义 Правда (27), 平等 Равенство (18), 法官 Судья (12), 公开 Открытость (10), 比赛 Соревнование (10), 公正 Справедливость (10), 天平 Весы (9), 不公平 Несправедливый (7), 社会 Общество (7), 公平 Справедливый (6), 正直 Правдиво (6), 法治 Управлять на основе законов (6), 司法 Правосудие (5), 警察 Полиция (5), 法院 Суд (5), 考试 Экзамен (5), 政府 Правительство (5), 困难 Трудность (4), 无私 Бескорыстный (4), 律师 Адвокат (4), 高考 ЕГЭ (4), 宪法 Конституция (4), 平衡 Равновесие (3), 理想 Мечта (3), 规则

Правила (3), 一视同仁 Равное отношение (3), 老师 Учитель (3), 和平 Мир (3), 制度 Режим (3), 法庭 Суд (3), 中国 Китай (3), 竞赛 Соревнование (3), 不偏不倚 Справедливый (3), 法制 Законодательство (3), 诚信 Добросовестность (2), 希望 Надежда (2), 竞争 Конкуренция (2), 自由 Свобода (2), 尊重 Уважение (2), 人心 Человеческое сердце (2), 不可能 Невозможно (2), 政治 Политика (2), 价值观 Ценности (2), 国家 Государство (2), 权利 Правосудие (2), 和谐 Гармония (2), 相对 Относительность (2), 偏心 Пристрастие (2), 判决 Решение (2). Ассоциации, вызванные словом «справедливость» у китайских студентов, отражают глубокое влияние китайской культуры и этико-моральных представлений на концепцию справедливости. Эти ассоциации не только демонстрируют традиционное понимание и ценности справедливости в китайском обществе, но и раскрывают сложное восприятие этого понятия в условиях современности. Далее мы рассмотрим данное явление с точки зрения китайской этики и морали, основываясь на конкретных ассоциациях.

В традиционной китайской культуре конфуцианство является основой этико-моральных норм. Конфуцианство подчеркивает такие добродетели, как «гуманность» (仁), «справедливость» (义), «ритуал» (礼), «мудрость» (智) и «искренность» (信). Среди них концепция «义» тесно связана со справедливостью. Этот термин обозначает не только правильность поступков, но и гармонию в отношениях между людьми. Поэтому ассоциации, такие как «правда» (正义), «справедливость» (公正) и «равенство» (公平), многократно упоминаемые студентами, отражают моральный идеал социального порядка, предложенный конфуцианством.

Такие ассоциации, как «закон» (法律), «верховенство закона» (法治), «конституция» (宪法) и «суд» (司法), указывают на то, что в современном китайском обществе понимание справедливости тесно связано с правовой системой. В традиционном обществе закон чаще рассматривался как инструмент управления, однако в современности он приобретает значение механизма обеспечения справедливости. «法治» («верховенство закона») стало ключевой ценностью в современном китайском обществе, выражая убежденность в необходимости использования закона для достижения справедливости. В свою очередь, такие ассоциации, как «судья» (法官) и «суд» (法院), подчеркивают конкретные аспекты реализации справедливости в судебной системе. В китайской этике суд рассматривается не только как механизм разрешения конфликтов, но и как символ справедливости. Этот символизм укрепляет статус справедливости как основополагающего элемента морали общества.

В традиционной китайской культуре семейная этика занимает центральное место. Ассоциации, такие как «беспристрастность» (不偏不倚), «честность» (正直), «добросовестность» (诚信) и «бескорыстие» (无私), указывают на то, что представления студентов о справедливости формировались под влиянием семейных ценностей. В китайских семьях родители уделяют большое внимание воспитанию моральных качеств детей, включая честность, справедливость и заботу о других. Эти ценности незаметно формируют восприятие справедливости, придавая ей значение не только в отношении собственных прав, но и в контексте учета интересов окружающих.

Более того, такие ассоциации, как «гармония» (和谐), «общество» (社会) и «человеческое сердце» (人心), демонстрируют склонность студентов связывать справедливость с более широким понятием социальной ответственности. В китайской этике справедливость — это не только индивидуальный идеал, но и ключевой элемент, необходимый для социальной гармонии.

Быстрое развитие современного общества создает новые вызовы для понимания справедливости. Ассоциации, такие как «конкуренция» (竞争), «экзамен» (考试),

«вступительные экзамены» (高考) и «трудности» (困难), показывают, что восприятие справедливости студентами включает в себя как моральные и идеальные аспекты, так и осмысление социальной конкурентной среды. Например, 高考 (вступительные экзамены) рассматриваются как важный символ социальной справедливости в Китае, поскольку они предоставляют возможность социального продвижения большинству студентов. Однако возникающие в процессе экзаменов проблемы с несправедливостью побуждают к более глубокому размышлению о природе справедливости.

Кроме того, ассоциации, такие как «несправедливость» (不公平) и «трудности» (困难), указывают на осознание студентами существующих социальных барьеров. Эти трудности могут быть связаны с неравномерным распределением ресурсов или несовершенством механизмов реализации справедливости, но вместе с тем подчеркивают необходимость справедливости как этического идеала.

Таким образом, существуют как общие черты, так и уникальные аспекты, которые отражают культурные, исторические и социальные контексты каждой из культур. В результате исследования было установлено, что концепт "справедливость" в обеих культурах является многослойным и комплексным, пронизанным историческими, культурными и социальными контекстами.

Сравнительный анализ лексического поля, связанного со словом "справедливость", показал наличие уникальных семантических оттенков в каждом языке. В русском языке термин "справедливость" нередко ассоциируется с юридическими понятиями (например, правосудие, закон), формируя идею о правильном, честном и беспристрастном устройстве общества и человеческих отношений. Тогда как в китайском языке оказывается важным использование таких выражений как "добродота" и "гармония", которые подчеркивают важность добродетелей. Отмечается высокая значимость коллективной выгоды, социального порядка и стабильности.

Понимание концепта "справедливость" необходимо для межкультурной коммуникации и может быть полезным в различных сферах, включая право, политику и образовательные программы. Дальнейшее исследование концепта "справедливость" в русской и китайской картинах мира не только углубят общие знания о языковых и культурных особенностях, но и будет способствовать более гармоничному взаимодействию между культурами, что особенно актуально в условиях глобализации.

Библиография

1. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования.-М.: Школа "Языки русской культуры", 1997.-С. 40-76.
2. Эрдниева Б.Д. Понимание справедливости в культурно-философском контексте древнего Китая// Вестник Калмыцкого университета. 2023. С. 133-141.
3. Дубкова О.В., Чжан Чжэньцзин. Справедливость в коммуникативной практике китайцев//Коммуникативные исследования. 2023.С.85-100.
4. Белов М. История слова "справедливость" в русском языке XV-XVIII веков: от правильных поступков до правильных чувств / М. Белов // Неприкосновенный запас.– 2024.– № 1 (153).– С. 184-196.
5. Шуваева О. Г. Лексико-семантическое поле «Справедливость» в русской ментальности // Наука. Инновации. Технологии. 2007. Выпуск номер 50, С.228-232.
6. Шмелев А.Д. Русская языковая модель мира: Материалы к словарю. М., 2002.
7. Бочкарев А.Е. О чувстве справедливости в русском языковом сознании // Вестник Новосибирского государственного университета. 2017. Т. 15. № 2.
8. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и

фразеологических выражений. М., 2019.

9. Shuowen5. URL: https://www.shuowen5.com/%E5%B9%B3_zi (дата обращения: 15.10.2023).

10. Сяомин Л. Дискурсивные инновации и практическое расширение справедливости и праведности в процессе китайской модернизации // Весник университета Юннань (Социальные науки). – 2024. – Т. 23, № 3. – С. 15-25.

11. Чэнь С. Как рассматривать справедливость и праведность как сущностные характеристики социализма с исторической точки зрения // Цю чжи. – 2009. – № 8. – С. 34-36.

12. Тин Ю., Чангцзян Ч. Анализ случаев по вопросам деловой этики и построения профессиональной этики бухгалтеров // Сотрудничество в экономике и технологиях. – 2025. – № 1. – С. 140-143.

13. Курганова Н. И. Ассоциативный эксперимент как метод исследования значения живого слова // Вопросы психолингвистики.-2019.-№3 (41).-С.24-37

14. Караулов Ю.Н. От структуры ассоциативного словаря к структуре языковой способности // Вестник Российского университета дружбы народов. Филология, журналистика.-1994.-№ 1.-С. 14-26.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступает специфика отражения концепта «справедливость» в сознании русского и китайского народов, актуальность изучения которого не вызывает сомнения: «концепт отражает мировосприятие как коллективной языковой личности, так и индивидуальной... Основным средством представления концептуального знания выступает слово, которое именует концепт и является его органичной составляющей»; «ввиду высокой значимости в русской и китайской картинах мира многие исследователи обращали свое внимание на смежные концепты морально-этического характера, такие как честь, честность, совесть, духовность, порядочность, патриотизм и др. Однако в настоящее время существует недостаточно работ, которые направлены анализ данного концепта в структуре ценностной парадигмы Китая и России».

Теоретической основой работы выступили труды таких отечественных и зарубежных исследователей, как А. Д. Шмелев, Ю. Н. Караулов, Б. Д. Эрдниева, О. В. Дубкова, О. Г. Шуваева, А. Е. Бочкарев, М. Белов, Н. И. Курганова, Л. Сяомин, С. Чэнь, Ю. Тин, Ч Чангцзян, Чжан Чжэньцзин, Ли Сюй. Библиография составляет 14 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи, а также представляется достаточной для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики.

Методология исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод с приёмами наблюдения и обобщения, сравнительно-сопоставительный и статистический методы, метод социокультурного анализа. Для более глубокого и всестороннего понимания проявлений понятия 'справедливость' в сознании русских и китайцев использовался эксперимент с языковыми ассоциациями, также именуемый в работе как ассоциативный эксперимент. Отмечается, что «ассоциативный эксперимент раскрывает активное восприятие человеком окружающей действительности, которое находит свое выражение в языке и формирует соответствующие стратегии восприятия и

концептуализации». В качестве объектов исследования было выбрано 150 студентов Российского университета дружбы народов и 150 студентов Хубэйского университета, которым нужно было назвать «первые три пришедших в голову слова на слово "справедливость"». Все слова-реакции были статистически обработаны и проанализированы. Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) выявить общие черты и уникальные аспекты концепта «справедливость» в русской и китайской лингвокультурах, которые отражают культурные, исторические и социальные контексты каждого народа.

Теоретическая значимость исследования связана с определенным вкладом результатов проделанной работы в развитие таких современных научных направлений, как когнитивная лингвистика, прагматика, лингвокультурология; в комплексное изучение концепта «справедливость». Практическая значимость заключается в возможности использования ее результатов в вузовских курсах по межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, лексикологии и лексикографии. Мы согласны с автором(ами), что дальнейшее исследование концепта «справедливость» в русской и китайской картинах мира не только углубит общие знания о языковых и культурных особенностях, но и будет способствовать более гармоничному взаимодействию между культурами, что особенно актуально в условиях глобализации.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стил ь изложения материала отвечает требованиям научного описания, содержание соответствует названию, логика исследования четкая. Рукопись имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Ян Ц. Лексическое выражение концепта «gore/tongku» в русском и китайском языках // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72806 EDN: CCZRUB URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72806

Лексическое выражение концепта «gore/tongku» в русском и китайском языках

Ян Цзы

аспирант; кафедра теории и практики иностранных языков; Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 9

✉ 1042235158@pfur.ru



[Статья из рубрики "Лингвокультурология"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72806

EDN:

CCZRUB

Дата направления статьи в редакцию:

22-12-2024

Дата публикации:

15-01-2025

Аннотация: В статье исследуется концепт «горе» в русском языке и «痛苦» в китайском языке через призму их лексического выражения и культурного значения. Рассматриваются словарные дефиниции данных концептов, их семантические поля и связанные лексические единицы. Анализируются различия и сходства в способах выражения данных эмоций, их интенсивности и источниках. Особое внимание уделяется культурным особенностям восприятия и репрезентации концептов «горе» и «痛苦» в русском и китайском языках. Делается вывод о важности изучения эмоциональной картины мира для межкультурной коммуникации, а также о роли концептов в передаче культурных ценностей и традиций. Предмет исследования – семантика и лексическая репрезентация концептов «горе» в русском языке и «痛苦» в китайском языке. Цель работы – выявление сходств и различий в лексическом выражении концептов «горе» и «痛苦» на основе анализа их словарных дефиниций, семантического поля и связанных

лексических единиц. Для достижения поставленной цели использованы методы дефиниционного анализа словарей, лексико-семантического анализа, а также сравнительно-типологический метод. Результаты исследования показали, что концепт «горе» в русском языке акцентирует эмоциональную сторону страдания, связанную с утратами и трагическими событиями, в то время как концепт «痛苦» в китайском языке охватывает более широкий спектр негативных переживаний, включая физическую и эмоциональную боль. Различия обусловлены культурными и философскими традициями: в русском языке выделяется интенсивность и драматизм эмоций, тогда как в китайском подчеркивается универсальность и стремление к гармонии. Полученные результаты могут быть использованы в межкультурной коммуникации, лингвистической теории, переводоведении и преподавании русского и китайского языков. Новизна исследования заключается в сравнительном анализе эмоциональных концептов с точки зрения их лексико-семантического выражения в двух языках, что позволяет выявить культурно-языковую специфику. Выводы подчеркивают значительные различия в восприятии и лексическом оформлении эмоций в русском и китайском языках, обусловленные культурными и языковыми традициями.

Ключевые слова:

горе, tongku, эмоции, лексическое выражение, дефиниционный анализ, лексико-семантическое поле, русский язык, китайский язык, культурные различия, межкультурная коммуникация

Актуальность работы определяется необходимостью выявления сходств и различий в лексическом выражении эмоциональных концептов в двух языках, что способствует углублению знаний о межкультурных коммуникациях и специфике эмоциональной картины мира русского и китайского языков.

Цель работы заключается в сравнительном анализе лексического выражения концептов «горе» в русском языке и «痛苦» в китайском языке для выявления их общих и отличительных черт.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Проанализировать словарные дефиниции концептов «горе» и «痛苦» в русском и китайском языках.
2. Исследовать семантические поля, связанные с данными концептами, и выделить ключевую лексику.
3. Сравнить способы выражения эмоций, связанные с концептами, с точки зрения их интенсивности и эмоциональных источников.
4. Выявить культурно-языковую специфику лексического оформления концептов.

Объект исследования – концепты «горе» и «痛苦» в русском и китайском языках.

Предмет исследования – семантика и лексическая репрезентация концептов «горе» в русском языке и «痛苦» в китайском языке.

Новизна исследования заключается в сравнительном анализе эмоциональных концептов с точки зрения их лексико-семантического выражения в двух языках, что позволяет

выявить культурно-языковую специфику.

В современной лингвистике изучение эмоций представляет собой важную область исследований, как отмечает Шаховский В. И., «эмоции – одна из форм отражения мира» [12, с. 24], эмоции являются не только универсальной частью человеческого опыта, но и ключевым элементом, отражающим специфику культур и языков. Исследования эмоциональных концептов обычно проводятся на пересечении нескольких лингвистических теорий, что делает данный подход многогранным и комплексным.

В теоретической основе данной работы лежат следующие подходы:

1. Теория концептов. «Концепт – это как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека» [9, с. 40]. Концепт рассматривается как сложная ментальная структура, включающая в себя как языковые, так и культурные элементы. Концепт «горе» в русском языке и «痛苦» в китайском языке интерпретируется как часть эмоциональной картины мира, репрезентирующей переживания негативных эмоций.

2. Семантический анализ. Рассматривая тему концептов, «нельзя не заметить, что она вся буквально пронизана семантически насыщенными элементами, анализ которых представляется чрезвычайно важным» [6, с. 66]. Данный подход помогает исследовать смысл концепта и лексические единицы, репрезентирующие эмоции в языке, а также их связи с культурным контекстом.

3. Межкультурная коммуникация — «это обмен информацией, осуществляемый носителями разных культур» [2, с. 8], являясь одним из подходов изучения того, как культурно-языковые различия в выражении эмоций влияют на межкультурное взаимодействие.

На пересечении указанных теорий работа исследует, каким образом концепты «горе» и «痛苦» лексически выражаются в русском и китайском языках, какие аспекты отражают их эмоциональную природу, а также как они соотносятся с культурно-языковым контекстом.

Концепты «горе» и «痛苦» представляют особый интерес для сравнительного анализа, поскольку они находятся в центре эмоциональной картины мира двух языков. Однако их лексико-семантическое выражение демонстрирует значительные различия, что обусловлено различными культурными традициями, восприятием эмоций и способами их вербализации.

По мнению Кудиновой Е. А., «ядро концепта лучше всего отражает семантика ключевого слова (лексемы), имеющего концепт» [4, с. 49]. А Буракова О. М. считает, что «языковая репрезентация концепта может быть изучена посредством анализа соответствующего семантического поля» [1, с. 88]. Итак, для выполнения вышеуказанных задач и углубленного анализа концептов «горе» и «痛苦» необходимо обратиться к их словарным дефинициям и семантическим полям. Потом в рамках исследования будут проанализированы связанные лексические выражения, которые можно условно разделить на три категории: по источнику эмоций, по степени их интенсивности и по способу выражения. Такой подход позволит выявить сходства и различия в представлении данных концептов в русском и китайском языках.

I . Семантическое сравнение концептов «горе» и «痛苦»

Изучая культурные концепты, исследователи неизбежно обращаются к лексикографическим источникам [5, с. 74]. В данной части представлен семантический анализ концептов «горе» в русском языке и «痛苦» в китайском языке, основанный на сравнении словарных дефиниций и семантических полей.

Словарные дефиниции и семантическое поле концепта «горе» в русском языке

Согласно «Толковому словарю Ожегова», концепт «горе» имеет следующие основные значения: «1) Скорбь, глубокая печаль, например: заболеть с горя; 2) Несчастье, например: случилось большое горе; 3) В сочетании с другими словами "горе-" используется для обозначения чего-то плохого, неумелого, например: горе-рыболов, горе-хозяйственник, горе-руководитель» [11].

Семантическое поле концепта «горе» можно рассмотреть через синонимические ряды, что позволяет более глубоко понять его смысловую структуру и культурную значимость:

Концепт «горе» входит в широкий ряд слов, близких по значению, которые раскрывают разные аспекты его семантики:

- «печаль, скорбь, страдание» [3] — акцентируют внимание на эмоциональной стороне горя, подчеркивая внутреннее переживание утраты или боли.
- «несчастье, бедствие, трагедия» [3] — фокусируются на внешних обстоятельствах, связанных с горем, особенно если оно вызвано событиями, находящимися вне контроля человека.
- «горечь, мучение, утрата» [3] — добавляют индивидуальный или даже метафорический оттенок, обозначая последствия или осмысление ситуации.

На основе словарных дефиниций и семантического анализа можно заключить, что концепт «горе» в русском языке охватывает широкий спектр значений, связанных с эмоциональными, социальными и культурными аспектами человеческого опыта. С одной стороны, он обозначает глубину личных переживаний, связанных с утратой и несчастьем, с другой — используется как средство оценки в ироническом или метафорическом контексте. Таким образом, «горе» является многогранным и значимым элементом языковой картины мира, отражающим ценности, мировоззрение и ментальность русской культуры.

Словарные дефиниции и семантическое поле концепта «痛苦» в китайском языке

Согласно «新华词典» («Словарю Синьхуа»), концепт «痛苦» имеет следующие значения: 1) 身体或精神感到非常难受 (Чувство сильного физического или психологического страдания); 2) 使身体或精神感到非常难受的事 (Ситуация или событие, вызывающее страдание); 3) 疼痛苦楚 (Термин, описывающий боль и страдание); 4) 犹沉痛, 深刻 (Глубокие и сильные чувства скорби или печали) [8].

Семантическое поле «痛苦» тоже рассмотрим через синонимические ряды, что позволяет выявить его сложную структуру и многообразие оттенков значения:

Концепт «痛苦» охватывает широкий спектр эмоциональных и физически значимых слов, которые передают различные аспекты эмоции «痛苦»:

- «悲伤 (печаль), 哀痛 (скорбь), 伤心 (разбитое сердце)» [13] — указывают на

эмоциональное переживание потерь и утрат, связанное с душевной болью и скорбью.

- «痛楚 (страдание), 折磨 (мучение), 煎熬 (тяжёлые испытания)»^[13] — акцентируют внимание на физической или психологической боли, передавая состояние, в котором человек сталкивается с непреодолимым дискомфортом.

- «苦难 (трудности), 不幸 (несчастье), 困境 (тяжёлое положение)»^[13] — подчеркивают внешние обстоятельства, вызывающие страдание, включая жизненные трудности, несчастья или кризисные ситуации.

- «悲哀 (горесть), 酸楚 (горечь), 绝望 (отчаяние)»^[13] — отражают субъективное восприятие человеком трагических событий, связанных с болью или утратой.

Исследование словарных дефиниций и семантических полей показывает, что концепт «痛苦» представляет собой сложное и многогранное явление, охватывающее как внутренние эмоциональные переживания, так и внешние события, приводящие к физической или психологической боли. Он раскрывает как индивидуальный аспект страданий, так и их универсальную природу, что делает «痛苦» важной частью китайской языковой картины мира. В языке он выражает не только субъективное чувство боли и утраты, но и философское осмысление жизненных трудностей, отражающее культурные ценности и мировоззрение.

Таким образом, проведённое исследование показало, что концепты «горе» и «痛苦» имеют как сходства, так и различия, обусловленные культурными и языковыми традициями. Оба концепта связаны с глубокими страданиями и переживаниями, однако «горе» в русском языке чаще акцентирует эмоциональную и трагическую утрату, в то время как «痛苦» в китайском языке охватывает как эмоциональные, так и физические страдания, подчёркивая их универсальность. Эти различия отражают специфику национальных менталитетов и мировоззрения. В следующей части будет проведен углубленный анализ связанных лексических выражений, с учетом их эмоциональных источников, интенсивности и способов выражения.

II. Лексические выражения, связанные с «горе» и «痛苦»

В данной части особое внимание уделяется сравнению лексических единиц, связанных с концептами «горе» и «痛苦», в русском и китайском языках. Мы классифицируем эти лексические выражения по трём основным категориям: 1. источники эмоций; 2. интенсивность эмоций; 3. способы выражения эмоций.

1. Источники эмоций

На основании словарных дефиниций, связанных с концептом «горе», в русском языке выделяются следующие типичные источники эмоций:

Утрата:

- «потеря, смерть, разлука»^[7] — связаны с глубокими личными переживаниями, вызванными утратой близких или разрывом важных связей.

Несчастье:

- «бедствие, неудача, катастрофа»^[7] — обозначают внешние события, разрушающие привычный порядок жизни и вызывающие горе.

Страдания:

- «нищета, горести, нужда»^[7] — описывают социальные и материальные проблемы, создающие длительные состояния страдания.

А в китайском языке, согласно дефинициям слова «痛苦», выделяются такие источники эмоций:

Физическая боль:

- «疼痛 (боль)»^[10] — отражает физические ощущения, вызывающие страдания.
- «疾病 (болезнь)»^[10] — описывает состояние, связанное с нарушением здоровья.
- «创伤 (травма)»^[10] — обозначает физические повреждения, наносящие боль.

Психологическая боль:

- «悲伤 (печаль)»^[10] — описывает глубокую эмоциональную боль.
- «抑郁 (депрессия)»^[10] — акцентирует внимание на состоянии подавленности.
- «失落 (утрата)»^[10] — отражает чувство потери чего-то важного.

Жизненные трудности:

- «失败 (неудача)»^[10] — подчёркивает трудности, связанные с потерей целей.
- «困难 (трудности)»^[10] — указывает на проблемы и препятствия в жизни.
- «挫折 (поражения)»^[10] — описывает состояния, связанные с препятствиями или разочарованием.

На основании вышесказанного, русский концепт «горе» преимущественно акцентируется на трагической утрате или внешнем бедствии, тогда как китайский концепт «痛苦» охватывает не только эмоциональную и физическую боль, но и более широкий спектр жизненных трудностей. Эти различия подчёркивают разные аспекты восприятия страдания в русской и китайской культурах.

2. Интенсивность эмоций

Для выражения разной интенсивности эмоций, связанных с «горе», в русском языке часто используются следующие слова:

Низкая интенсивность:

- «печаль, грусть, тоска»^[7] — обозначают лёгкие, но продолжительные эмоциональные переживания, связанные с отсутствием радости или лёгкой утратой.

Средняя интенсивность:

- «скорбь, горевание, горечь»^[7] — передают более глубокие переживания, вызванные значимыми утратами или неприятными событиями.

Высокая интенсивность:

- «безысходность, отчаяние, ужас»^[7] — отражают крайние формы эмоционального состояния, связанные с невозможностью справиться с трагическими обстоятельствами.

В китайском языке интенсивность эмоций, связанных с «痛苦», также разделяется на три уровня:

Низкая интенсивность:

- «难受 (неприятное чувство)»^[10] — передаёт лёгкий дискомфорт, как физический, так и эмоциональный.
- «悲观 (пессимизм)»^[10] — отражает лёгкое чувство грусти и утраты веры в лучшее.
- «忧伤 (печаль)»^[10] — указывает на лёгкую эмоциональную боль, вызванную утратой.

Средняя интенсивность:

- «苦痛 (мучение)»^[10] — обозначает эмоциональную или физическую боль средней степени.
- «郁闷 (угнетённость)»^[10] — описывает подавленное состояние, вызванное трудностями или отсутствием выхода.
- «煎熬 (страдание, мучение)»^[10] — акцентирует внимание на длительных и мучительных переживаниях.

Высокая интенсивность:

- «极痛 (крайняя боль)»^[10] — подчёркивает интенсивность физической или психологической боли.
- «绝望 (отчаяние)»^[10] — передаёт состояние полной утраты надежды.
- «哀恸 (глубокая скорбь)»^[10] — описывает сильное переживание, связанное с трагической утратой.

Как было сказано выше, русский концепт «горе» подчёркивает эмоциональную сторону страдания, особенно связанную с утратами, и отличается конкретной градацией интенсивности переживаний. Китайский концепт «痛苦» шире, включая как физические, так и психологические аспекты боли, и более детально разделяет эмоциональные состояния по степени их тяжести, что подчёркивает более структурированный подход к описанию переживаний.

3. Способы выражения эмоций

В русском языке способы выражения эмоций, связанных с «горем», можно разделить на несколько категорий:

Физические проявления — эмоции, связанные с «горем», часто сопровождаются телесными реакциями:

- «Плач»^[7] — естественная реакция на утрату, позволяющая снизить эмоциональное напряжение.
- «Рыдания»^[7] — интенсивное выражение горя, часто сопровождающееся глубокими

всхлипами.

- «Стон»^[7] — выражает подавленность и страдание, часто без слов.

Вербальные реакции — Русский язык характеризуется богатым спектром словесных выражений эмоций:

- «Жалобы»^[7] — передают чувство обиды, разочарования или бессилия.
- «Проклятия»^[7] — отражают яростную реакцию на обстоятельства или их причину.
- «Вопли»^[7] — громкие, эмоционально заряженные крики, указывающие на крайнюю степень боли.

Поведенческие проявления — поведение человека, переживающего горе, может кардинально измениться:

- «Уединение»^[7] — желание отстраниться от окружающих и остаться наедине с собой.
- «Замирение»^[7] — состояние эмоциональной неподвижности, вызванное сильным потрясением.
- «Бездействие»^[7] — утрата мотивации к любым действиям, связанная с внутренним опустошением.

В китайском языке способы выражения эмоций, связанных с «痛苦» также разделяется на три категории:

Физические проявления:

- «哭泣 (плакать)»^[10] — выражает лёгкую или умеренную эмоциональную боль.
- «抽泣 (всхлипывать)»^[10] — отражает более глубокое и продолжительное переживание.
- «叹息 (вздыхать)»^[10] — символизирует чувство безнадёжности или подавленности.

Вербальные реакции:

- «抱怨 (жаловаться)»^[10] — устные выражения недовольства или боли.
- «呼喊 (кричать)»^[10] — громкое и экспрессивное проявление сильной боли.
- «诉苦 (жаловаться на трудности)»^[10] — откровенный рассказ о своих страданиях, чтобы найти понимание или поддержку.

Поведенческие проявления:

- «沉默 (молчание)»^[10] — нежелание делиться своими чувствами, вызванное внутренними страданиями.
- «孤立 (изоляция)»^[10] — избегание социальных контактов и стремление находиться в одиночестве.
- «自闭 (замкнутость)»^[10] — крайняя форма социальной изоляции, вызванная сильной душевной болью.

Подводя итог вышеизложенному, русский и китайский языки подчеркивают как физические, так и поведенческие аспекты выражения эмоций. Однако в русском языке акцент сделан на интенсивность переживаний через крик и проклятия, в то время как в китайском языке наблюдается большее внимание к социальным аспектам, таким как молчание и замкнутость.

В таблице 1 обобщены типичные лексические выражения, связанные с «горем» и «痛苦».

Таблица 1. типичные лексические выражения, связанные с «горем» и «痛苦»

Классификация	лексические выражения, связанные с «горем»	лексические выражения, связанные с «痛苦»
источники эмоций	Утрата - потеря - смерть - разлука	Физическая боль - 疼痛 (боль) - 疾病 (болезнь) - 创伤 (травма)
	Несчастье - бедствие - неудача - катастрофа	Психологическая боль - 悲伤 (печаль) - 抑郁 (депрессия) - 失落 (утрата)
	Страдания - нищета - горести - нужда	Жизненные трудности - 失败 (неудача) - 困难 (трудности) - 挫折 (поражения)
интенсивность эмоций	Низкая интенсивность - печаль - грусть - тоска	Низкая интенсивность - 难受 (неприятное чувство) - 悲观 (пессимизм) - 忧伤 (печаль)
	Средняя интенсивность - скорбь - горевание - горечь	Средняя интенсивность - 苦痛 (мучение) - 郁闷 (угнетённость) - 煎熬 (страдание, мучение)
	Высокая интенсивность - безысходность - отчаяние - ужас	Высокая интенсивность - 极痛 (крайняя боль) - 绝望 (отчаяние) - 哀恸 (глубокая скорбь)
	Физические проявления - Плач	Физические проявления - 哭泣 (плакать)

способы выражения эмоций	- Рыдания	- 抽泣 (всхлипывать)
	- Стон	- 叹息 (вздыхать)
	Вербальные реакции	Вербальные реакции
	- Жалобы - Проклятия - Вопли	- 抱怨 (жаловаться) - 呼喊 (кричать) - 诉苦 (жаловаться на трудности)
	Поведенческие проявления	Поведенческие проявления
	- Уединение	- 沉默 (молчание)
	- Замирание	- 孤立 (изоляция)
	- Бездействие	- 自闭 (замкнутость)

Вывод

Проведённое исследование позволило выявить глубокую взаимосвязь между языком и культурой в процессе лексического оформления концептов «горе» и «痛苦». На примере двух языков, русского и китайского, стало очевидным, что язык не только фиксирует универсальные для человека переживания, но и формирует способы их восприятия и выражения, определённые культурно-историческими условиями.

Концепты «горе» и «痛苦» демонстрируют, как различные культуры осмысливают феномен страдания. В русском языке «горе» часто рассматривается как отдельное, выделенное состояние, связанное с судьбоносными изменениями и трагическими событиями. В китайском языке «痛苦», напротив, выступает более многогранным понятием, охватывающим широкий спектр негативных эмоций и физических ощущений. Такая разница подчёркивает важность языка как инструмента для структурирования и осмысления человеческого опыта.

Кроме того, исследование выявило значительное влияние культурных норм и философских традиций на способы выражения эмоций. В русском языке доминирует акцент на эмоциональной открытости и интенсивности, в то время как китайский язык отражает стремление к внутреннему равновесию и социальной гармонии. Это различие подчёркивает важность межкультурного понимания при изучении эмоциональной лексики.

Данное исследование вносит вклад в изучение межкультурной семантики и даёт основания для дальнейшего анализа других эмоциональных концептов. Полученные результаты подчёркивают важность сравнительных исследований для понимания универсального и специфического в человеческих переживаниях, что имеет большое значение как для лингвистической теории, так и для практических областей, включая межкультурную коммуникацию, переводоведение и преподавание иностранных языков.

Библиография

1. Буракова О. М. Методика лингвистического описания концепта через построение семантического поля. // Вестник МГПУ им. И.П.Шамякина. – Мозырь, 2007. – № 1 (16). – С. 84-89.
2. Гузикова М. О., Фофанова П. Ю. Основы теории межкультурной коммуникации.

Учебное пособие для академического бакалавриата. // Изд. Уральского Университета. – Екатеринбург, 2015. – С. 124.

3. КАРТАСЛОВ. РУ. URL: <https://kartaslov.ru/подобрать-синонимы-онлайн> (дата обращения: 19.11.2024)

4. Кудинова Е. А. Концепт и его соотнесение с лексико-семантическим полем. Филологические науки. Вопросы теории и практики. // Изд. Грамота. – Тамбов, 2008. – № 1 (2). – С. 48-50.

5. Лю Цзюань. Концепт «путешествие» в китайской и русской лингвокультурах. // Diss. [Волгогр. гос. пед. ун-т], – 2004.

6. Медведева М. А, Ромах О. В. Семантический анализ концепций праздника. // Аналитика культурологии. – Тамбов, 2008. – № 10. – С. 66-71.

7. Национальный корпус русского языка. URL: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 19.11.2024)

8. Словарь Синьхуа. URL: <https://xhzd.net.cn/> (дата обращения: 19.12.2024).

9. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. // Школа «Языки русской литературы». – Москва, 1997, – С. 824.

10. Сюнь Эньдун, Жао Гаоци, Сяо Сяюэ, Цзан Цзяоцзяо. Разработка корпуса ВСС в условиях больших данных // Корпусная лингвистика. – Пекин, 2016 – № 1.

11. Толковый словарь Ожегова С.И. URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov> (дата обращения: 19.12.2024).

12. Шаховский В. И. Категория эмоций в лексико-семантической системе языка. // Изд. Воронеж гос. ун-та. – Воронеж, 1987. – С. 192.

13. Энциклопедия синонимов. URL: <https://jinyici.gjcha.com/> (дата обращения: 19.11.2024)

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Данная научная статья посвящена лексическому выражению концепта «gore/tongku» в русском и китайском языках.

Цель исследования состоит в сравнительно-сопоставительном анализе лексического выражения концепта «gore/tongku» в русском и китайском языках, с акцентом на выявление культурных, эмоциональных и социальных аспектов, которые отражены в данных языковых единицах. Авторское исследование направлено на понимание того, как различные культуры интерпретируют и выражают чувство горя, в том числе на изучение семантических различий и сходств в контексте двух языков.

Актуальность исследования лексического выражения концепта «gore/tongku» в русском и китайском языках обусловлена необходимостью понимания культурных различий в восприятии и выражении эмоций. Горе является универсальным человеческим переживанием, и его интерпретация может варьироваться в зависимости от культурного контекста. Сравнительно-сопоставительный анализ поможет выявить уникальные аспекты, связанные с этой эмоцией, что способствует межкультурному диалогу. Кроме того, исследование лексической семантики позволит углубить знания о том, как язык отражает эмоциональный опыт и психосоциальные процессы. Важно также учитывать социальные нормы и традиции, влияющие на выражение горя в разных культурах. Лексическое выражение горя также имеет значение для анализа литературных и художественных произведений, обогащая интерпретацию культурного наследия. Таким образом, данное исследование имеет как теоретическую, так и практическую

значимость.

Автор научной статьи в рамках данной работы выявил глубокую взаимосвязь между языком и культурой в процессе лексического оформления концептов «горе» и «痛苦». На примере двух языков, русского и китайского, стало очевидным, что язык не только фиксирует универсальные для человека переживания, но и формирует способы их восприятия и выражения, определённые культурно-историческими условиями.

Результаты данного анализа выявили значительное влияние культурных норм и философских традиций на способы выражения эмоций. В русском языке доминирует акцент на эмоциональной открытости и интенсивности, в то время как китайский язык отражает стремление к внутреннему равновесию и социальной гармонии. Это различие подчёркивает важность межкультурного понимания при изучении эмоциональной лексики.

Замечания к статье:

1. В разделе Введение не прописана актуальность, объект, цель и новизна исследования, не соответствует требованиям оформления.

2. К примерам на иностранном языке не указаны источники.

По содержанию и стилю данная статья не соответствует требованиям, предъявляемым к научным статьям, представляемым в рецензируемые журналы ВАК.

В соответствии с вышеизложенным целесообразно отклонить представленный материал с правом повторного представления в журнал «Litera» только при условии учета автором замечаний рецензента.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензируемая статья посвящена семантике и лексической репрезентации концепта «горе/tongku» в русском и китайском языках. Актуальность работы не вызывает сомнения: когнитивное направление считается одним из наиболее перспективных и важных в современной лингвистике в целом, а лингвистическая концептология является неотъемлемой и существенной частью этого направления. Как верно отмечается в статье, концепт «горе / 痛苦» представляет «особый интерес для сравнительного анализа, поскольку находится в центре эмоциональной картины мира двух языков», «эмоции являются не только универсальной частью человеческого опыта, но и ключевым элементом, отражающим специфику культур и языков». Таким образом, актуальность исследования определяется необходимостью выявления сходств и различий в лексическом выражении эмоциональных концептов в двух языках, что способствует углублению знаний о межкультурных коммуникациях и специфике эмоциональной картины мира русского и китайского языков.

Теоретической основой работы выступили труды таких отечественных и зарубежных исследователей, как Ю. С. Степанов, В. И. Шаховский, Е. А. Кудинова, О. М. Буракова, М. А. Медведева, О. В. Ромах, Сюнь Эньдун, Жао Гаоции, Сяо Сяоюэ, Цзан Цзяоцзяо, Лю Цзюань, посвященные концепту и его соотношению с лексико-семантическим полем; семантическому анализу концептов «праздник» и «путешествие»; категории эмоций в лексико-семантической системе языка; методике лингвистического описания концепта через построение семантического поля. Библиография составляет 13 источников, в том числе четыре лексикографических (Толковый словарь С. И. Ожегова, Словарь Синьху и др.), Энциклопедия синонимов и учебное пособие (Гузикова М.О., Фофанова П. Ю. Основы теории межкультурной коммуникации). Собственно научных источников

использовано всего семь, что является недостаточным для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики. Кроме того, автор(ы) не апеллируют к актуальным научным работам, изданным в последние 3 года, что не позволяет судить о реальной степени изученности данной проблемы в современном научном сообществе. В дальнейшем рекомендуем автору(ам) в теоретическом обзоре обращаться к большему количеству актуальных научных источников.

Методология исследования определена поставленной целью и задачам (проанализировать словарные дефиниции «горе» и «痛苦» в русском и китайском языках; исследовать семантические поля, связанные с концептом «горе / 痛苦», и выделить ключевую лексику; сравнить способы выражения эмоций, связанных с данным концептом, с точки зрения их интенсивности и эмоциональных источников; выявить культурно-языковую специфику лексического оформления концепта) и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, научный поиск, описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию материала, сравнительно-сопоставительный метод, методы дефиниционно-компонентного и социокультурного анализа.

В ходе анализа теоретического материала и его практического обоснования автор(ы) рассмотрели словарные дефиниции и семантические поля концепта «горе / 痛苦»; провели анализ связанных лексических выражений по источнику эмоций, по степени их интенсивности и по способу выражения, что позволило «выявить сходства и различия в представлении данных концептов в русском и китайском языках» и сформулировали выводы о том, что «язык не только фиксирует универсальные для человека переживания, но и формирует способы их восприятия и выражения, определённые культурно-историческими условиями»; «концепт «горе / 痛苦» демонстрирует, как различные культуры осмысливают феномен страдания. В русском языке «горе» часто рассматривается как отдельное, выделенное состояние, связанное с судьбоносными изменениями и трагическими событиями. В китайском языке «痛苦», напротив, выступает более многогранным понятием, охватывающим широкий спектр негативных эмоций и физических ощущений» и др.

Теоретическая значимость исследования связана с определенным вкладом результатов проделанной работы в развитие таких современных научных направлений, как когнитивная лингвистика, прагматика, лингвокультурология; в комплексное изучение концепта «горе». Практическая значимость заключается в возможности использования ее результатов в вузовских курсах по межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, лексикологии и переводоведению.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. В целом, стиль изложения материала соответствует требованиям научного описания.

Обращаем внимание автора(ов), что название таблицы пишется с заглавной буквы.

Рукопись имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Начарова Л.И. Традиционные рекламные инструменты в PR-стратегии социальной сети «ВКонтакте» // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.73038 EDN: BFAFBM URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73038

Традиционные рекламные инструменты в PR-стратегии социальной сети «ВКонтакте»

Начарова Людмила Игоревна

ORCID: 0009-0005-3244-2481

преподаватель; кафедра иностранных языков №1; Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
аспирант; кафедра журналистики, медиакоммуникаций и рекламы; Московский университет имени А.С. Грибоедова

129323, Россия, г. Москва, ул. Рusanова, 100, оф. Москва

✉ luda_konstant@mail.ru



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.73038

EDN:

BFAFBM

Дата направления статьи в редакцию:

11-01-2025

Дата публикации:

18-01-2025

Аннотация: Статья посвящена исследованию традиционных инструментов продвижения в социальных сетях брендов в условиях растущей конкуренции в цифровом пространстве на примере социальной сети «ВКонтакте». Актуальность темы обусловлена необходимостью поиска эффективных подходов к продвижению крупных социальных платформ на международном информационном рынке. В условиях усиливающейся конкуренции на международном медиа-рынке и возрастающего влияния социальных сетей на политическую и социальную жизнь методы и инструменты их продвижения остаются недостаточно изученными. Предметом исследования являются традиционные инструменты рекламирования, направленные на привлечение новых пользователей и повышение вовлеченности существующей аудитории. Цель исследования – определить

эффективные подходы к продвижению социальных сетей, учитывая современные тенденции цифрового маркетинга и коммуникаций. Материалами исследования послужили примеры наружной рекламы и рекламных баннеров в сети Интернет, использовавшихся социальной сетью «ВКонтакте». В рамках работы проведён аналитический и сравнительный анализ традиционных средств продвижения, применимых к специфике социальных сетей, а также контент-анализ рекламных материалов. Новизна исследования заключается в выявлении недостаточно изученных аспектов продвижения социальных сетей как самостоятельных брендов и разработке рекомендаций по их оптимизации. Результаты работы могут быть применены как в стратегическом планировании и разработке рекламных кампаний для социальных платформ, так и в образовательных и исследовательских проектах, посвящённых феномену цифровой коммуникации. Социальная сеть «ВКонтакте» активно применяет традиционные методы распространения рекламных сообщений. Хотя такие методы не всегда идеально соответствуют специфике социальных платформ, они эффективно выполняют свою задачу – напоминание о сети и формирование определенного имиджа в сознании пользователей. Использование традиционных рекламных инструментов в кампании продвижения социальной сети «ВКонтакте» демонстрирует, что их разработчики осознают товарную и сервисную направленность продвигаемого объекта, используя методы, характерные для рекламы товаров и услуг.

Ключевые слова:

социальные сети, маркетинг, реклама, ВКонтакте, медиа-рынок, инструменты продвижения, коммуникация, новые медиа, наружная реклама, связи с общественностью

Слово «реклама» происходит от латинского глагола «reclamare», что означает «кричать» или «выкрикивать» [\[1, с. 72\]](#). Как отмечает в своей статье А.Б. Оришев, «в древнем Риме этот термин использовался в значении «призывать», «возражать» или «объявлять вслух». Со временем слово «реклама» приобрело современное значение – публичное распространение информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения внимания и побуждения людей к определенным действиям, обычно к покупке» [\[2, с. 5\]](#). Автор статьи добавляет: «Заметим, что когда человек кричит, то он желает подчеркнуть важность сообщения. Следовательно, реклама – это не просто слова, а жизненно важная информация, передаваемая от одного к другому» [\[2, с. 6\]](#).

Таким образом, одно из закрепившихся значений понятия реклама – «оповещение различными способами для создания широкой известности, привлечения потребителей, зрителей, а также объявление с таким оповещением» [\[3, с. 411\]](#).

«Традиционными» инструменты рекламирования называются так потому, что они использовались задолго до появления цифровых и интернет-технологий и на протяжении долгого времени оставались основными средствами коммуникации между брендами и потребителями. Эти инструменты имеют устоявшиеся методы и техники воздействия на аудиторию, которые доказали свою эффективность и стали классическими в сфере маркетинга и рекламы.

Основные традиционные инструменты рекламирования включают [\[4, с. 213\]](#):

1 . Телевизионная реклама: использование рекламных роликов, транслируемых на телевидении. Обладает широким охватом и способностью визуально и аудиально воздействовать на зрителя.

2 . Радиореклама: рекламные сообщения, транслируемые на радиостанциях. Предоставляет возможность охватить аудиторию в мобильных условиях, например, в транспорте.

3 . Печатная реклама: объявления и рекламные модули, публикуемые в газетах, журналах и других печатных изданиях. Этот вид рекламы позволяет сосредоточиться на визуальном и текстовом воздействии.

4 . Наружная реклама: размещение рекламных сообщений на билбордах, плакатах и других наружных носителях. Охватывает широкий круг потребителей в общественных местах.

5 . Директ-мейл (прямая почтовая рассылка): отправка рекламных материалов непосредственно на почтовые адреса потребителей. Также применяется рассылка на электронные адреса. Этот инструмент позволяет таргетировать конкретные сегменты аудитории.

6 . POS-материалы (англ. points of sales – в местах продаж): использование рекламных материалов (образцы, витрины, дисплеи) непосредственно в местах продаж для стимулирования импульсных покупок.

Традиционно реклама использовалась для продвижения товаров или услуг. Как было замечено ранее, социальные сети представляют собой гибрид новых медиа, социального сообщества, а также услуги и товара, предоставляемый владеющими ими компаниями. Следовательно, традиционные методы продвижения также могут использоваться такими компаниями для рекламирования и привлечения внимания к социальным сетям.

С развитием цифровой рекламы эти способы продвижения продолжают применяться, но их значение изменилось в зависимости от специфики целевой аудитории и характера продвигаемых товаров и услуг [\[5, с. 115\]](#). С переходом к цифровым медиа традиционные рекламные инструменты претерпели значительные изменения. Особенно это характерно для продвижения интернет-сообществ, которые представляют из себя сущность значительно более сложную чем товар или услуга, одновременно являются сообществом акторов этих сетей и медиа каналом, которые, в свою очередь, представляют из себя онлайн платформы, предлагающие услуги продвижения товаров и услуг для других компаний.

Дэвид Огилви, один из влиятельных фигур в истории рекламы, определял рекламу как инструмент, основная задача которого заключается в продаже продукта, а не просто в создании креативных или эстетически приятных сообщений [\[6, с. 24\]](#). Огилви считал, что реклама должна быть правдивой, информативной и направленной на удовлетворение потребностей потребителей. Его подход заключается в том, что эффективная реклама фокусируется на уникальных преимуществах продукта и подчеркивает их таким образом, чтобы побудить целевую аудиторию к покупке [\[6, с. 26\]](#). В своей знаменитой книге «Огилви о рекламе» [\[6\]](#) автор замечает, что «реклама, которая не продает, не может быть эффективной», подчеркивая, что конечной целью рекламы всегда должна быть коммерческая выгода.

Как показывает современная практика, эффективность современной традиционной

рекламы является спорным моментом, и, несмотря на больше количество достоинств, практики-маркетологи все больше ставят под вопрос ее методы донесения информации до потребителя, и, соответственно, ее результативность подвергается сомнению [\[7, с. 61\]](#).

К основным преимуществам традиционной рекламы относится широкий охват аудитории. Телевидение и радио способны достигать значительных по численности аудиторий в различных географических регионах, обеспечивая массовое воздействие на целевые группы. Наружная реклама и печатные медиа также эффективно работают на локальном уровне, способствуя созданию узнаваемости бренда. Кроме того, традиционные рекламные каналы обладают высоким уровнем доверия среди потребителей. Многие из них воспринимают информацию, исходящую из таких источников, как более надежную и проверенную, что обусловлено длительной историей и репутацией этих медиа.

При формировании традиционного рекламного сообщения важно учитывать местный культурный аспект, так как культура существенно влияет на восприятие и интерпретацию информации аудиторией. Разные общества обладают уникальными нормами, ценностями, традициями и символами, которые могут как усилить, так и ослабить воздействие рекламы. Например, образы, цвета, стиль общения или юмор, которые эффективны в одной культуре, могут быть неприемлемыми или неправильно поняты в другой. Как отмечает А.Б. Оришев, «на протяжении столетий важнейшей характеристикой русской рекламы была ее способность развлекать. Реклама в России никогда не ограничивалась информационной функцией». [\[2, с. 11\]](#). Рекламные сообщения воспринимаются как своего рода азартная игра, в которой потребители охотно участвуют. Также, как замечает автор, «к основным особенностям российской аудитории следует отнести: неэффективность аргументов о получении выгоды через длительный срок (русский потребитель стремится получить здесь все и сейчас); популярность национальных мотивов и орнаментов (герои русских былин, сказок вызывают интерес). Ссылки на патриотизм служат гарантией успеха рекламного сообщения». Также, как отмечают эксперты, Россия – это страна, где люди часто выступают в роли экспертов. Давать советы – одно из любимых занятий российской аудитории, и многие считают себя знатоками в таких областях, как футбол, приготовление шашлыка, рыбалка или управление финансами. Именно поэтому в российской рекламе столь эффективно использование образов специалистов [\[2, с. 12\]](#).

Еще одним важным преимуществом является визуальная и эмоциональная сила, присущая телевидению и печатной рекламе. Способность передавать сложные идеи через визуальные образы, аудиоэффекты и текст позволяет глубже воздействовать на эмоциональные аспекты восприятия, что способствует эффективному формированию бренда. Традиционные рекламные форматы также играют значительную роль в создании имиджа компании или продукта, поскольку могут привлекать внимание и вызывать эмоциональный отклик благодаря качественным креативным решениям.

Однако традиционные виды рекламы имеют ряд значительных недостатков, которые, в нашем случае, ограничивают их эффективность в современном рекламном ландшафте. Прежде всего, это трудность измерения эффективности. В отличие от цифровой рекламы, где можно точно отслеживать клики, конверсии и поведение пользователей, традиционные медиа не предоставляют таких возможностей для точной оценки возврата на инвестиции. Это затрудняет понимание того, насколько успешна рекламная кампания, и создает проблемы с оптимизацией рекламного бюджета.

Высокие затраты также являются значимым барьером для использования традиционной

рекламы. Например, реклама на телевидении и в популярных печатных изданиях требует значительных финансовых вложений, особенно для размещения в прайм-тайм или на видных позициях. Это делает традиционные форматы менее доступными для малого и среднего бизнеса, а также стартапов.

Кроме того, низкая степень таргетирования традиционных рекламных каналов снижает их эффективность. По словам маркетолога Б. Шарпа, «реклама дает большой охват, но очень слабое прямое воздействие на уровне отдельного потребителя» [\[8, с. 184\]](#). Важно подчеркнуть тот факт, что обычно реклама воспринимается как односторонний тип коммуникации, что сокращает количество и эффективность механизмов воздействия на аудиторию. В отличие от цифровой рекламы, которая позволяет точно нацеливать рекламные сообщения на определенные сегменты аудитории с учетом демографических данных и интересов, традиционные каналы работают по модели широкого охвата, что может привести к значительным потерям ресурсов на достижение нерелевантных сегментов.

По наблюдениям современных маркетологов россияне негативно относятся к прямой традиционной рекламе. Она может казаться навязчивой, назойливой, настойчивой и мешающей просмотру передачи или чтению новостей. В российской культуре важную роль играет подтекст и общее понимание, которое лежит в основе общения. Чрезмерная прямота и ясность могут восприниматься как дерзость, агрессивность или отсутствие такта. Вполне приемлемо использовать намеки и иносказательные выражения в качестве коммуникативных стратегий, а домыслы считаются обычной частью взаимодействия [\[2, с. 11\]](#).

Одной из важных задач, стоящих перед социологами и маркетологами, является изменение отношения к рекламе среди населения. Так, исследования, проведенные в России в 2020-е годы [\[2, с. 14\]](#), продолжают демонстрировать преобладание негативного восприятия рекламных сообщений.

Традиционные методы рекламы, такие как телевидение, радио, печатные издания и наружная реклама, характеризуются более длительными циклами производства и размещения, что ограничивает их способность оперативно реагировать на изменения в современном мире. В условиях динамично развивающегося информационного пространства и быстроменяющейся повестки, эта медлительность становится одним из значительных недостатков таких рекламных форматов.

Создание телевизионного ролика или печатной кампании требует значительных временных и финансовых ресурсов: от разработки концепции и сценария до съёмок, производства рекламного материала и его утверждения. Даже при высокой готовности команды и наличии бюджета процесс может занять несколько недель, а иногда и месяцев. Радио и наружная реклама также требуют времени на производство и согласование. При этом размещение таких материалов должно быть запланировано заранее, особенно если речь идёт о выходе в эфир в популярных тайм-слотах или о размещении на высоко конкурентных рекламных площадках. Этот процесс делает традиционные методы рекламы плохо приспособленными к работе с актуальными событиями и трендами.

Современный мир, однако, движется с высокой скоростью: события разворачиваются молниеносно, общественные настроения быстро меняются, а тренды, актуальные сегодня, могут устареть уже завтра. В таких условиях реклама должна быть гибкой и способной к оперативной адаптации, чтобы оставаться релевантной. Это особенно важно

для брендов, стремящихся удержать внимание молодой аудитории, которая привыкла к мгновенной доступности информации и активно следит за изменениями в социально-культурной и политической сферах.

Кроме того, традиционные рекламные форматы часто не имеют возможности корректировать свои сообщения в реальном времени на основе реакции аудитории или новых данных. Это делает такие кампании менее гибкими в условиях постоянно меняющегося информационного поля. Например, если компания хочет быстро отреагировать на актуальное событие или тренд, традиционные методы рекламы не всегда позволяют сделать это оперативно. В результате она может потерять возможность воспользоваться моментом и не успеть вовремя адаптироваться к изменившейся повестке.

Цифровая реклама, особенно в социальных сетях и на онлайн-платформах, предоставляет гораздо больше возможностей для гибкости и быстрого реагирования [\[9, с. 185\]](#). Такие инструменты, как контекстная реклама, таргетинг и нативные интеграции, позволяют оперативно менять рекламные сообщения и адаптировать их под текущие запросы и интересы аудитории. Современные технологии позволяют в режиме реального времени отслеживать поведение пользователей и корректировать рекламные кампании в соответствии с этим.

Таким образом, несмотря на свои преимущества, такие как широкий охват, доверие аудитории и эмоциональное воздействие, традиционные виды рекламы сталкиваются с ограничениями, связанными с трудностью измерения, психологическими и культурными особенностями адресата информационного сообщения, высокими затратами, длительным процессом производства контента, и, как следствие, не всегда высокой актуальностью предложения, а также недостаточной точностью таргетирования. Эти факторы подчеркивают необходимость их интеграции с цифровыми форматами для достижения наибольшей эффективности в современных условиях. Как замечает Б. Шарп: «реклама доставляет хлопоты и социологам, и финансовым директорам: первым – потому что они считают, что это работает, а вторым – из-за уверенности, что не работает» [\[8, с. 176\]](#).

Реклама оказывает свое воздействие главным образом благодаря тому, что периодически обновляет и создает ментальные образы и ассоциации в памяти потребителей [\[8, с. 184\]](#). Задача создателей кампаний продвижения заключается в том, чтобы изучать эти образы и обеспечивать их постоянное обновление через последовательное использование ключевых элементов бренда. Таким образом, реклама должна не только информировать, но и поддерживать уже существующие представления о бренде.

Рекламное сообщение, которое не стремится напрямую убеждать или давать новые аргументы в пользу покупки, может положительно влиять на продажи. Она может воздействовать на потребителей, постепенно изменяя их мнение о бренде и оставаясь для них практически незаметной. Это объясняет, почему крупные, уже давно существующие на рынке бренды продолжают активно инвестировать в рекламу. Чем более известен бренд, тем больше средств необходимо вкладывать в поддержание его присутствия на рынке, даже если он давно завоевал популярность [\[10, с. 133\]](#).

Если рекламный продукт способен привлечь внимание, запомниться и обновить или усилить существующие ассоциации с брендом, это увеличивает вероятность того, что бренд будет замечен в момент совершения покупки. Таким образом, реклама усиливает

ментальную доступность бренда и его видимость на рынке. Воздействие рекламы на вероятность покупки обусловлено её влиянием на память. Удачно созданные ассоциации остаются в памяти потребителей, что делает медиа-стратегии с широким охватом особенно эффективными. Важно, чтобы реклама была постоянной, поскольку перерыв в её показах может ослабить сформированные образы и ассоциации [11, с. 213].

Таким образом, реклама не только создает связи между брендом и потребителем, но и поддерживает их в памяти, делая бренд узнаваемым и доступным для последующих покупок. Именно поэтому постоянное обновление и поддержание бренда через его рекламирование является ключевым фактором его успеха и устойчивости на рынке. Однако для продвижения социальных сетей следует принимать во внимание и негативные моменты традиционных методов продвижения.

В качестве примера, заметим, что социальная сеть «ВКонтакте» делает ставку на традиционные методы продвижения своих услуг и цифровых товаров. По информации из официального пресс-релиза компании, после замедления «Youtube» на территории Российской Федерации, в сентябре 2024 года «федеральная рекламная кампания стартовала на ТВ, в интернете, а также в наружной рекламе: метро, аэропортах и на вокзалах, в вузах, фитнес-центрах и на медиа-фасадах в крупнейших городах России» [13]. Следует отметить, что такие каналы продвижения не вполне типичны применительно к социальным сетям. Эти способы распространения рекламной информации не отражают социальной природы таких платформ [12, с. 230], а продолжают традиции стандартного предложения и рекламы услуг, не используя современные достижения и достаточно проработанные во многих странах мира (а также более уместные) принципы управления восприятием применительно к расширению онлайн-сообществ.

Однако, стоит отметить интересный ход, который предприняли в компании в этой связи, когда на рекламных баннерах в крупнейших городах России (Москва, Санкт-Петербург) были размещены «забавные отзывы о работе платформы» [14].

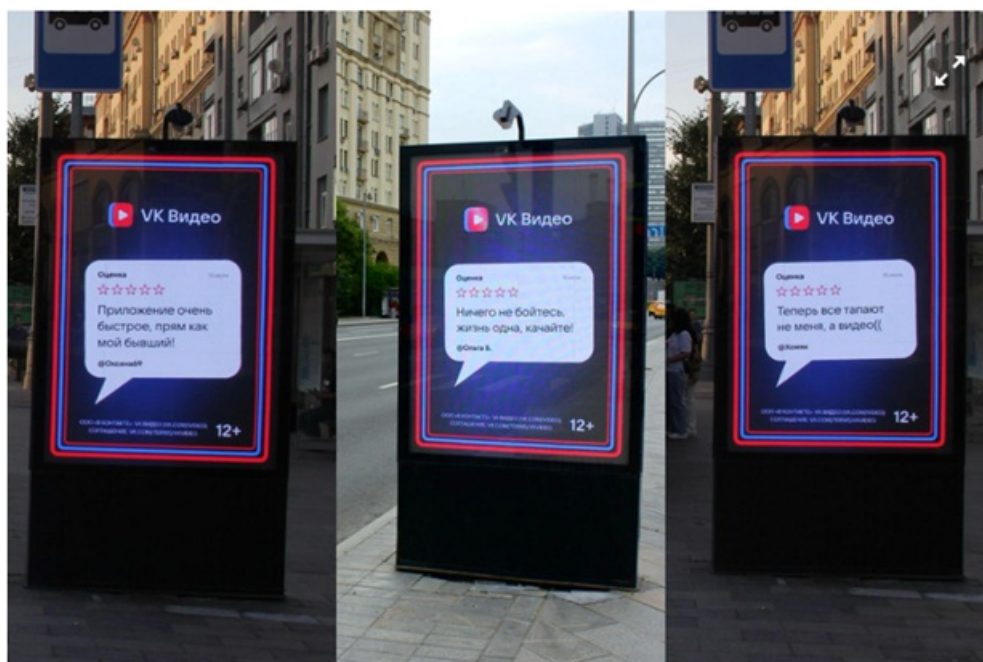


Рис. 1 – Наружная рекламная кампания «ВКонтакте» в августе 2024 г. [14]

По информации на странице новостного онлайн-ресурса «Gazeta.ru»: «В отзывах зашифрованы имена известных личностей, которые шутят и обыгрывают свои амплуа.

Так, например, Ольга Б. призывает ничего не бояться и скачивать приложение, так как жизнь одна. Хомяк сокрушается, что теперь тапают не его, а видео. Пользователь Азамат М. пишет, что на платформе мало Азамата, Дорохов Д. утверждает, что слишком много. С помощью рекламной кампании команда «VK Видео» намерена познакомить аудиторию с платформой, на которой можно найти разнообразный видеоконтент» [\[14\]](#).

Слова, которые используются в рекламном сообщении («тапать») адресованы молодежной аудитории, которая использует их в неформальном общении (см. рис. 1). Также, мы видим подписи – это не настоящие имена, а так называемые «никнеймы» – имена, используемые пользователями сети («Хомяк», «Оксана 69»). Кроме того, имена («Азамат») отражают нацеленность на определенные национальные группы. Сами комментарии показывают, что эти пользователи понимают проблемы, с которыми столкнулась их целевая аудитория, и, будучи участниками сети «ВКонтакте» рассказывают о том, что эта платформа сможет помочь в их решении, предлагая пользовательски опыт «из первых рук» в таком же неформальном виде, как это привыкли видеть пользователи онлайн сообществ. В этих сообщениях отражены основные опасения и недовольства, которые испытывает аудитория и комментаторы уверяют, что в их случае они имеют другой, приятный опыт пользования «ВКонтакте»: «Ничего не бойтесь, жизнь одна, качайте». В этом послании можно найти и ссылки к безопасности личных данных пользователей, и к пиратскому контенту, который был изначальным конкурентным преимуществом платформы. Тут также отражен бунт против ограничений системы и, возможно, намек на определенного рода запрещенный контент, который может быть доступен на платформе. Также, в комментариях посылается сигнал аудитории о том, что, в отличие от «Youtube», который долго грузится (в силу его замедления на территории страны), «ВКонтакте» представляет привычную для пользователей скорость видео, которой им не хватает («Приложение очень быстрое, прям как мой бывший»). Особо интересным недовольный комментарий от пользователя «Юту62024»: «У них все слишком быстро грузится». Здесь мы видим упоминание на разочаровавшую пользователей своей скоростью платформу в привычной для онлайн общения открытой негативной подаче. Изображенная в конце комментария скобка «(» обозначает недовольство. Стоит отметить, что такой способ выражать эмоции при помощи «смайлов» адресует сообщение не только молодежным (как в предыдущих описанных случаях), но и зрелым возрастным категориям.

Примечательно, что время появления этих баннеров и их пребывания на улицах городов совпало с моментом замедления «Youtube» в России, и рекламный текст отражал ситуацию, а также предлагал выход из нее. Таким образом, своевременность и актуальность информации привлекло внимание аудитории и демонстрировало современность такой политики, а также то, что участники сообщества «ВКонтакте» понимают свою аудиторию и готовы предложить ей достойную альтернативу. Как было показано ранее, одной из основных функций традиционной рекламы является напоминание, активацию воспоминаний, предложение нужной и важной для аудитории информации, и в данном случае, это был своевременный ход.

Одновременно с этим, рекламные баннеры были размещены на самой популярной в России поисковой платформе «Яндекс Дзен», также принадлежащей группе компаний «VK» (см. рис. 2).

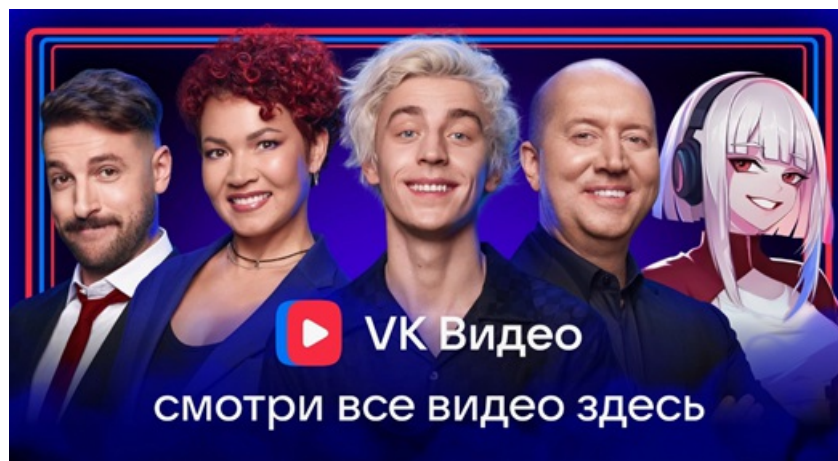


Рис. 2 – Рекламный баннер «ВКонтакте» в сети Интернет в августе 2024 г. [\[15\]](#)

В данном случае характер послания имеет классический для традиционных рекламных сообщений вид (помещены лица известных блогеров, которые предлагают свои видео материалы на платформе). Вид рекламного баннера не отражает креативности в своем послании, но демонстрирует понимание его создателей того, что именно за контентом определенных блогеров пользователи могут прийти на эту платформу. В то же время, здесь есть риск «не попасть в целевую аудиторию», так как многим пользователям эти лица могут быть не знакомы, а традиционная реклама имеет главное преимущество в виде своих особенно больших охватов аудитории – то есть в данном случае деньги, затраченные на нее могут не оправдать себя, если изображенные люди не вызовут никакого эмоционального отклика у увидевшего рекламу пользователя «Яндекс».

Таким образом, социальная сеть «ВКонтакте» активно использует традиционные методы распространения рекламных сообщений. Не всегда такие сообщения соответствуют природе таких сообществ, но выполняют свою роль в напоминании о сети и имеют своей целью создание определенного имиджа в глазах аудитории. Кроме того, применение традиционных способов рекламирования для данной социальной сети также показывает, что создатели таких рекламных кампаний понимают товарную и сервисную ориентированность объекта продвижения, и используют типичные именно для товаров и услуг способы продвижения.

Библиография

1. Резник Г. А. Маркетинг: учебное пособие. 4-е изд., перераб. и доп., М.: ИНФРА-М, 2023. — 199 с.
2. Оришев А. Б. Реклама: определение понятия, экономическая роль и её особенности в России. // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. № 4 (4). С. 5-14.
3. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп., М.: Азбуковник, 1997. — 944 с.
4. Уэллс У., Бернет Д., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. Пер. с англ., 7-е изд., испр. и доп., СПб.: Питер, 2008. — 738 с.
5. Музыкант В. Л. Реклама в действии. История, аудитория, приемы (на спирали), М.: Эксмо, 2006. — 240 с.
6. Ogilvy D. Ogilvy on Advertising. London: Prion Books, 2011. — 224 p.
7. Ries A., Trout J. Marketing Warfare. McGraw-Hill, 1997. — 216 p.
8. Шарп Б. Как растут бренды. М.: Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 272 с.
9. Chen J., Han Y., Wang J., Liang G., Zhang Y. Marketing Under the Background of Internet in the New Era. — Frontiers in Business, Economics and Management, 2023. Vol. 9, No. 1, С. 184-187.

10. Прингл Х., Томпсон М. Энергия торговой марки. СПб.: Питер, 2001. — 288 с.
11. Перси Л., Эллиот Р. Стратегическое планирование рекламных кампаний. М.: ИД Гребенникова, 2008. — 416 с.
12. Начарова Л.И. Событийный маркетинг как эффективный инструмент рекламной кампании социальной сети «ВКонтакте» // Litera. 2024. № 2. С.230-236. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.2.69732 EDN: WVQEXG URL: https://e-notabene.ru/fil/article_69732.html
13. Официальный корпоративный сайт «VK» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/main.php?subdir=press&subsubdir=video-ad-song> (дата обращения: 15.01.2025).
14. Электронный новостной ресурс [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2024/07/19/23496487.shtml?ysclid=m0z3t0xc9l774706012> (дата обращения: 15.01.2025).
15. Новостной онлайн-ресурс [Электронный ресурс]. URL: https://report.ru/press/smotri_vse_video_zdes_lyusja_chebotina_sergei_burunov_vlad_a4_i_drugie_blogery_speli_dlja_novoi_reklamnoi_kampanii_vk_video/ (дата обращения: 18.09.2024)

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступают рекламные инструменты в PR-стратегии социальной сети «ВКонтакте», актуальность изучения которых обусловлена тем фактом, что реклама все активнее выходит в виртуальное пространство и активность эта, безусловно, будет расти, что требует мультидисциплинарных исследований данного явления и поиска путей наиболее эффективного применения рекламных инструментов в цифровом пространстве. Эмпирическим материалом данного исследования послужил рекламный контент социальной сети «ВКонтакте»: «цифровая реклама, особенно в социальных сетях и на онлайн-платформах, предоставляет гораздо больше возможностей для гибкости и быстрого реагирования. Такие инструменты, как контекстная реклама, таргетинг и нативные интеграции, позволяют оперативно менять рекламные сообщения и адаптировать их под текущие запросы и интересы аудитории. Современные технологии позволяют в режиме реального времени отслеживать поведение пользователей и корректировать рекламные кампании в соответствии с этим». Теоретическую базу работы составили труды таких отечественных и зарубежных исследователей, как В. Л. Музыкант, А. Б. Оришев, Л. И. Начарова, У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти, Б. Шарп, Л. Перси, Р. Эллиот, J. Chen, Y. Han, J. Wang, G. Liang, Y. Zhang и др. Библиография статьи насчитывает 15 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах рукописи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями.

Так, апеллируя к утверждению известного российского журналиста, филолога, социолога Валерия Леонидовича Музыканта о том, что традиционные методы рекламирования продолжают применяться, но их значение изменилось в зависимости от специфики целевой аудитории и характера продвигаемых товаров и услуг, автор(ы) подчеркивают, что «особенно это характерно для продвижения интернет-сообществ, которые представляют собой сущность значительно более сложную чем товар или услуга, одновременно являются сообществом акторов этих сетей и медиа каналом, которые, в свою очередь, представляют собой онлайн платформы, предлагающие услуги

продвижения товаров и услуг для других компаний».

Методология проведенного исследования определена поставленной целью и задачам: применяются общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию материала, методы контент- и дискурс-анализа. В работе рассматривается как теоретическая основа затрагиваемого проблемного поля (понятие «реклама», традиционные инструменты рекламирования), так и практическая проблематика (эволюция рекламирования, преимущества и недостатки традиционной рекламы, отношение россиян к прямой традиционной рекламе, особенности использования традиционных методов продвижения своих услуг и цифровых товаров социальной сетью «ВКонтакте»), что позволяет автору(ам) сформулировать ряд выводов о характере рекламных инструментов в PR-стратегии социальной сети «ВКонтакте» («социальная сеть «ВКонтакте» активно использует традиционные методы распространения рекламных сообщений. Не всегда такие сообщения соответствуют природе таких сообществ, но выполняют свою роль в напоминании о сети и имеют своей целью создание определенного имиджа в глазах аудитории» и пр.). Выводы исследования соответствуют поставленным задачам, сформулированы логично и отражают содержание работы.

Результаты, полученные в ходе анализа, имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят определенный вклад в решение проблем теории массовых коммуникаций и общей теории рекламы; дают представление о закономерностях и тенденциях развития современной рекламы в социальных сетях и могут быть использованы в курсах по теории дискурса, когнитивной лингвистике, медиалингвистике и пр.

Представленный материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Содержание работы соответствует названию. Стиль изложения материала отвечает требованиям научного описания.

В статье встречаются технические недочеты: «Вид рекламного баннера не отражает креативности в своем послании, но демонстрирует понимание его создателей того, что именно за контентом определенных блогеров пользователи могут прийти на эту платформу. В то же время, здесь есть риск «не попасть в целевую аудиторию», так как многим пользователям эти лица могут быть не знакомы» и др. Данное замечание не умаляет общего положительного впечатления от рецензируемой работы.

Статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Ван Л. Осмысление творческого наследия Ф. М. Достоевского в произведениях Л. Д. Зиновьевой-Аннибал //

Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72608 EDN: AAUSXM URL:

https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72608

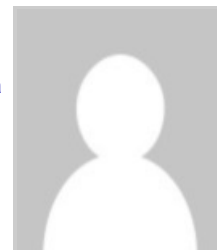
Осмысление творческого наследия Ф. М. Достоевского в произведениях Л. Д. Зиновьевой-Аннибал

Ван Люян

аспирант; Кафедра истории новейшей русской литературы и современного литературного процесса
(Филологический факультет); МГУ

119234, Россия, г. Ленинские Горы, ул. Лебедева, 1

✉ w.liuyang@mail.ru



[Статья из рубрики "Литературоведение"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72608

EDN:

AAUSXM

Дата направления статьи в редакцию:

06-12-2024

Дата публикации:

19-01-2025

Аннотация: Статья посвящена осмыслению философских, эстетических и нравственных идей в последующей литературе на примере творчества Л.Д. Зиновьевой-Аннибал. Особое внимание уделяется теме детства и воспроизведению страданий детей с учетом уникального подхода писателя к изображению трагических конфликтов. В статье анализируются произведения Л. Д. Зиновьевой-Аннибал, у которой детство предстает в необычном, часто противоречивом свете. Отмечено сходство подходов Достоевского и Зиновьевой-Аннибал к изображению детского самосознания, детской жестокости и фантазий. Произведения Л. Д. Зиновьевой-Аннибал, написанные в годы революционных событий 1905–1907 годов, также отмечены влиянием Достоевского, его пониманием способов построения будущего справедливого общества. В связи с этим на первый план выдвинуты вопросы свободы, преодоления индивидуализма, трагические последствия

революционного насилия. В этой работе использованы биографический, интертекстуальный, сравнительный, исторический методы, герменевтический и еще имманентный анализ. В центре оказываются рассказы «Помогите вы!» и «За решётку», в которых обнажены внутренние противоречиями героев, показан раскол личности и утрата самоидентификации, что подтверждается установлением мотива внутреннего конфликта героя, схожего с Раскольниковым, для которого внешнее наказание является лишь отражением разрушения его внутреннего мира. Новизна статьи заключается в том, что воплощение идейного наследия Достоевского в творчестве Л. Д. Зиновьевой-Аннибала изучается комплексно с опорой на анализ образа ребенка и образа «подпольного человека». В результате исследования обнаружено, что принципы поэтики Достоевского лежат в основе интерпретации духовного мира героев произведений Зиновьевой-Аннибал, что, несомненно, возникло в ходе обсуждений с мужем, В.И. Ивановым, идейно-смыслового содержания произведений Достоевского, который для поэта-символиста был знаковой фигурой русской духовной жизни.

Ключевые слова:

Ф. М. Достоевский, образ детства, подпольный человек, Л. Д. Зиновьева-Аннибал, Вяч. Иванов, Русская писательница, Нет, преодоление индивидуализма, Трагический зверинец, Преступление и наказание

Творчество Ф. М. Достоевского питалось русской и зарубежной литературой его предшественников и современников. В то же время оно оказало и продолжает оказывать огромное влияние на всю последующую литературу. Содержание социальной критики Достоевского, его философские, эстетические и нравственные идеи занимают важное место в истории русской и мировой литературы, создавая поле особого эмоционального напряжения, того, что именуют «фантастическим реализмом». Достоевский всегда ставит своих героев в экстремальные ситуации. В таких ситуациях герой, наделенный беспокойным сознанием, вынужден принимать окончательные, роковые решения, которые будут иметь последствия для него самого и окружающих его людей. И последствия этих решений чаще всего разрушительны. Эта структура обнажает философскую и социально-психологическую проблемы буржуазного индивидуализма и нередко тщетность попыток его преодоления. Кроме того, катастрофизм бытия как формы существования ощущался писателем необычайно остро. Его чувствительность к трагическим сторонам жизни, сочувствие к «униженным и оскорбленным» помогли ему запечатлеть противоречивые черты своего времени, ранящие трепетные души, оставляющие тяжелую память о себе.

Конец XIX - начало XX века стали временем трагических испытаний для России. В это время творчество Достоевского приобретает особую актуальность в связи с появлением и пропагандой радикальных способов избавления от зла. Религиозные воззрения Достоевского приобретают особую остроту. Религиозными обновленцами его идеи трактуются различно. В дионисийском ключе рассматривал их Вяч. Иванов: «Достоевский ... подобно древнейшим трагикам Греции, остался верен духу Диониса. Он не обольщался оптимистической мыслью, что добру можно научить доказательствами и что правильное понимание вещей, само собою, делает человека добрым. Он повторял, как обаянный Дионисом: Ищите восторга и исступления, землю целуйте, прозрите и ощутите, что каждый за всех и за все виноват, и радостью такого восторга и постижения спасетесь; истинно, только так исцелитесь» [1. С. 503].

Не менее важны оказываются и открытия писателя в области поэтики текста. Так, Вяч. Иванов анализирует его прозу в плане проявления в ней трагического начала, предлагая использовать термин «роман-трагедия». Он замечает: «Всякая, в том числе античная, трагедия по своему смыслу сближалась с религиозной мистерией» [2. С. 6].

Будучи писательницей символистского литературного кружка, Зиновьева-Аннибал была также женой и музой поэта и теоретика символизма Вяч. Иванова. Вяч. Иванов в статье «Новые маски», явившейся комментарием и предисловием к пьесе «Кольца» Зиновьевой-Аннибал упомянул имя Достоевского: «Нам, воспитавшимся на идеях Достоевского о круговой поруке всего живущего как грешного единым грехом и страдающего единым страданием, на идеях Шопенгауэра о мировой солидарности, — на этих прозрениях в таинство всемирного распятия (по слову Гартмана) и в нравственный закон сострадания как сораспания вселенского, — трагическая Муза говорит всегда о целом и всеобщем, являет своих героев в аспекте извечной жертвы и осиявает частный образ космического мученичества священным литургическим венцом» [3. С. 27]. С одной стороны, как и большинство авторов и читателей, она находилась под явным влиянием философских и нравственных идей Достоевского и его предшественников в период идейных и духовных потрясений в обществе, а с другой — она и ее муж Иванов суммировали свои индивидуальные творческие и эстетические поиски в совместном жизненном порыве и творчестве. Тема преодоления индивидуализма и обретение смысла жизненной трагедии выражены в произведениях Зиновьевой-Аннибал в разных формах.

Среди персонажей, возникающих на страницах произведений Достоевского, от аристократов до бедняков, есть люди различных характеров. И везде автор стремился выразить «всю неупорядоченность, хаос <...> существования и сложность <...> духовных переживаний» [4, с. 9]. Но особую группу среди них представляют дети, беззащитные и невинные, испытывающие социальный гнет и страдающие от семейного насилия. Почти в каждом произведении писателя есть фигура ребенка. Обычно это ребенок на пороге взросления, уже способный осознать те бедствия, которые грядут... (Неточка в «Неточке Незвановой», 1849; Нелли в «Униженных и оскорбленных», 1861; Аркадий в «Подростке», 1874; Илюша в «Братьях Карамазовых», 1880). Образы детей у Достоевского сложны, многообразны и разноплановы. Но их страдание — почти всегда в центре внимания писателя. И оно вызывает обостренность их восприятия, учит особому поведению. Это. Конечно, связано с выработанной им концепцией страдающего сознания, возникающего из-за ущемленности, приниженности, внутреннего рабства. В «Записках из подполья» прямо написано: «страдание — да ведь это единственная причина сознания» [5. С. 119]. Уже в дебютной повести «Бедные люди» появились слабые, больные и беспомощные дети. В комнате одного из второстепенных героев произведения, чиновника Горшкова всегда «тихо и смирно, словно и не живёт никто. Даже детей не слышно. И не бывает этого, чтобы когда-нибудь порезвились, поиграли дети» [6. С. 24]. Старший сын, девяти лет, умер, потому что не было денег на лечение (бесконечно тянется тяжба его отца в суде). И вот младшая шестилетняя девочка «стоит, прислонившись к гробу, да такая, бедняжка, скучная, задумчивая! ... Кукла какая-то из тряпок на полу возле нее лежит, — не играет; на губах пальчик держит; стоит себе — не пошевелится. Ей хозяйка конфетку дала; взяла, а не ела» [6. С. 50].

Конечно, образы несчастных детей многочисленны в литературе XIX века, но именно «комплекс» идей Достоевского был важен для Зиновьевой-Аннибал. Об этом пишет Е. В. Харитонова: «Существенное влияние на становление концепции детства Л. Д. Зиновьевой-Аннибал оказал опыт изображения ребенка в творчестве Ф.М. Достоевского, чей художественный мир был наиболее близок (в первую очередь, психологической

манерой письма) писательнице» [7. С.12]. Возможно, здесь сыграли свою роль и биографические обстоятельства (Зиновьева-Аннибал потеряла первого ребенка в браке с Вяч. Ивановым – дочь Елену). В письме к отцу Зиновьева-Аннибал упоминает о безвременной кончине дочери: «Дорогой мой папочка, очень горько мне говорить тебе тяжелую мою потерю. Моя маленькая, ненаглядная Елена скончалась на 11-й неделе своей жизни от разрыва сердца. Она была здоровенькая и счастливая девочка, и теперь наша семья в глубокой тоске, я же не знаю, что сказать о себе. Я любила это маленькое существо дороже жизни. Надо покориться воле Вышней, и я покоряюсь. Не тоскуй и ты за меня, а помолись, мой дорогой отец» [8. С. 643]. И скорее всего в стихотворении в прозе «Тени сна» изобразила ее уход: «Ребенок на моих руках. Удушье ломит его грудь. Глаза его закруглились. Стекланный взгляд изумился муке. Ребенок умирает и изумился непонятной муке...» [9. С. 400]. И сразу бросается в глаза разница между художественным воплощением ужаса угасания младенца и информативным «отчетом» в письме.

М. Эпштейн и Е. Юкина обратили внимание на противоречивость детских характеров в творчестве Достоевского: «У Достоевского же дети чисты какою-то особою, неповторимою чистотою, но и жестоки своею нерассуждающей жестокостью.... Ребенок у Достоевского – и традиционный христианский символ святости, и существо демоническое, готовое попать все христианские святыни. В нем абсолютнее, чем во взрослом, выражены полюса человеческой нравственности – божественное и сатанинское» [10. С. 247]. Это противоречие воспроизводит и Зиновьева-Аннибал. В цикле рассказов «Трагический зверинец» его главная героиня Вера обладает даже более негативными чертами, чем маленькие герои Достоевского. Она лжет, ворует, бунтует и предается эротическим играм. М. В. Михайлова заметила, что у Зиновьевой-Аннибал, ребенок «предстал не невинным Агнцем, не сосудом непорочности и невинности, а существом, буквально сотрясаемым в конвульсиях зла и греха. Но "буйность и бурность" детской души были даны Зиновьевой-Аннибал в сочетании с "глубокой способностью к умирению и чистой радости"» [11]. И по мнению процитированного литературоведа, в цикле «Трагический зверинец» за маской ребенка скрыт автор.

Действительно, в этом произведении писательницы граница между взрослым и детским «я» нечеткая. В репликах Веры мы слышим голос Зиновьевой-Аннибал. Писательница создавала эти рассказы, опираясь на собственную биографию, делая акцент на детской психологии, реакции ребенка на мир. Это ей тоже было подсказано Достоевским, который углубленно исследовал детскую психологию. Изображение детей у Зиновьевой-Аннибал имеет схожие черты.

Ключевые принципы поэтики Достоевского -- акцент на «внутреннем человеке» и использование психологических форм описания -- составляют важную основу для творчества Зиновьевой-Аннибал в изображении внутреннего мира ее героев.

Вера борется с выбором между добром и злом, между любовью и ненавистью, когда грань между ними меркнет и теряет свою меру. В рассказе «Волк» Вера видит, как на волка жестоко охотятся люди, и в муках трагедии пытается понять законы природы, которые ей объясняет Федор: «Все друг друга жрут, это уж так положено <...> И какая есть зверюшка неприметная и тихонькая видом, а кого-нибудь да жрет. Это оттого, что, если не жрать, так с голоду помрешь. Даже и травка и то другую травку душит. Так положено. То же и человек. Только зверь зря жрет, а человеку Богом открыто, какое чисто небо, а какое поганое...» [9. С.68]. В рассказе «Чудовище» Вера принесла из болота несколько лягушачьих яиц и положила их в банку. Но в банке тоже есть

«Чудовище», и Вера с точки зрения зрителя становится свидетелем гибели головастика в мире банки в результате ее потакания хищничеству чудовища. Когда она оказывается в ситуации естественного закона дарвиновского отбора, в её душе начинается борьба, и она погружается в хаос свободы выбора. Головастики день за днём исчезают: «толстели и вырастали мои головастики, но редело непонятно их стадо...И вот в третий раз я его увидела и сначала не поняла. Уже с треть моего мизинца, оно казалось огромным. Плоское, жесткое тело выгнуло звенчатую спину круто вверх, опустило книзу колом свой сильный хвост, и, полощась о тот жесткий хвост, обивался другой хвост, и нежная кисея его раздиралась лохмотьями. Тогда я увидела и голову, и клешни. Жирную, глупую, неуклюжую голову головастики в жестких, сильных, пронзительных клешнях чудовища. И поняла <...> Черное тельце-голова серело, становилось более и более цветом схожее с нежно-серым хвостом, в объеме утончалось, и ободранный хвостик дрожал слабее... перестал дрожать вовсе. Ко дну банки медленно опускалась серая пленка... Уже всего тринадцать оставалось головастика, и ничего, кроме них и чудовища живого, не оставалось в болотной мути» [\[9, С.90, 94\]](#). Вера испытывает противоречивые эмоции по отношению к головастикам и чудовищам. Она переживает внутреннюю борьбу: «Я полюбила чудовище. Оно казалось мне в панцирь одетым. И в беззвучной мути болотной воды, где толпились и толкались зря мягкотелые, бестолковые, совершенно беззащитные головастики, оно одно, четкое, сильное стремительное, – властвовало безусловно над жизнями. И питалось, властвуя. И я презирала головастика. Бегала, впрочем, на реку и к пруду. Подолгу, присев на корточки, заглядывала в воду. Подумывала туда его выплеснуть. Это чтобы не видеть дальше и чтобы хоть тех тринадцать хвостатых лягушат помиловать» [\[9, С. 94\]](#). Перед Верой встал сложный выбор: «Убить чудовище» или «спасти ручного мягкого лягушонка» [\[9, С. 96\]](#)? Борьба продолжается, Вера «ходила злая, нетерпеливая. Сердце замучилось. Любила и ненавидела чудовище. Нет, ненавидела чудовище. Так и спать пошла, не решившись» [\[9, С.96\]](#). В конце концов, однажды утром исчезла и единственная оставшаяся лягушка. Чудовище в банке тоже убито Верой. Экология болота в банке у Веры заканчивается, а в природном болоте все продолжается. По мнению М. В. Михайловой, ближе всего к идеям Достоевского у Зиновьевой-Аннибал были мысли о «той последней, невообразимой свободе духа, к которой всегда будет устремлен человек, и о том «великом хаосе свободы», в который ввергается мир, лишенный божеских установлений, и человек, не совладавший с волей и не справившийся со свободой выбора» [\[12, С. 18\]](#).

Но не только исследование феномена детства сближает Зиновьеву-Аннибал с Достоевским. Пиком ее творческой деятельности стали годы Первой русской революции, когда Россия переживала драматические события, которым предшествовал проигрыш в русско-японской войне. Многие воспринимали происходящее как преддверие масштабной катастрофы, ждать которую уже недолго. Вопросы свободы и преодоления индивидуализма оказываются в центре духовных поисков интеллигенции. Интенсивно обсуждаются эти проблемы на «Башне» Вяч. Иванова. В 1906 году Зиновьева-Аннибал написала и опубликовала несколько рассказов на эти острые темы. Готовя ее посмертный сборник, Иванов объединил их под названием «Нет».

Героем рассказа «Помогите вы!» Зиновьева-Аннибал сделала психически больного революционера, который полностью погрузился в свои галлюцинации. Он считает свои фантазии единственной «реальностью». Сначала он воспринимает себя как террориста, совершающего акты возмездия. Вполне возможно, что перед внутренним взором писательницы возникал реальный человек – Иван Каляев, убивший Московского губернатора Сергея Александровича. При убийстве, как известно, никто не пострадал.

Но ее герою кажется, что при осуществленном им взрыве погиб не только враг, но пострадали и невинные люди. Вот Его внутренний монолог: «Я был революционером. Бросал бомбы. Убивал виновных и невинных. Над первыми я был судьей. А вторые так себе попались... Это было весело и жутко... до того, что... до тошноты, до приторной тошноты! Как кровь. Как кровь...» [\[9, С.176\]](#). Известно, что в литературе образы безумцев часто используются, чтобы показать их нормальность по сравнению с ненормальностью установленного общественного порядка. Но Зиновьева-Аннибал действует не так. Ее герой действительно безумен. Но его безумие – следствие перехода границ человечности. У Достоевского герои балансируют на грани. Его подпольный человек, муж Кроткой, Федор Кармазов наслаждаются, мучая других. Они садисты. В Голядкине же зафиксировано раздвоение личности. То же мы можем констатировать и в герое Зиновьевой-Аннибал. Содеяно заставляет его и радоваться, и ужасаться! Именно допустимость насилия приводит героя рассказа к безумию.

Герой рассказа «За решётку» «дублирует» Раскольникова. Перед нами опять террорист-революционер, но уже попавший в тюрьму за свое преступление и ожидающий казни. Однако реальным наказанием для него становится расщепление сознания, разрушение личности. «Я убил. Меня убьют. Да, конечно, конечно. Но это ничего. Совершенно ничего, потому что не в этом дело, а в свободе. <...> Это одно и то же для меня: убив, я умер и воскрес новым, и вот таким... свободным. Сейчас всё разъясню ... Свободен я потому, что, во-первых, я ничего не чувствую, даже голода. И когда били – не чувствовал, и даже приятно было, что голову насквозь сверлом сверлило, и без мыслей... и смерти не боюсь, потому что я же сам другого убил. Этого никто не поймет, кроме меня, какое тут упоение – умереть убившему» [\[9, С.180\]](#). Точно сформулировал это состояние Эткинд: «В центре внимания Достоевского – “внутренний человек”. Даже в “Преступлении и наказании”, где идет речь об убийстве и следствии, главное – не события, не поединок преступника со следователем, а борьба сил в душе героя» [\[13, С. 217\]](#). И у заключенного в рассказе Зиновьевой-Аннибал происходит разрыв с миром людей: теперь он отделен от них и тюремной решеткой, и тем, что он «убийца». Как видим, писательница для рассказа выбрала название, имеющее символический и метафорический характер.

В маниакальном, сбивчивом монологе героя ощущается растерянность. Ему необходимо доказывать другим правильность своих идей потому, что он сам не уверен в их абсолютной правильности. Он как бы слышит внутренний голос, который обвиняет его, и хочет его опровергнуть. В его памяти всплывают носители других взглядов. И в первую очередь его подруга: «Ты говорила, Маша: “великая Божья любовь, как колокол на башне, зовет сердца. И просветятся все. Тогда и строить будет нечего (всякое же строительство на крови строителствуует, это мы с тобой и там ещё, за решеткой, давно поняли и постановили), строить будет уже нечего: все уже на месте, и всё Божие. Однако волею колокола все Божие...” Ты тогда смеялась, ласкаясь ко мне. Но любовь бесплотна, не вмещается в костяную, грудную тюрьму человека. И во мне уже она зрела, моя ненависть. Местью зрела. И вот накалилась местью и стала жадная, ненасытная, огромная как гора, как гора огромная в маленькой человеческой груди, или как вулкан, или как рысь. Как рысь упала с ветки на жертву, намеченную...» [\[9, С. 181, 182\]](#). Этот диалог между героем и Машей похож на диалог между Раскольниковым и Соней, потому что «в основе их один и тот же конфликт — между верой и неверием, между христианской любовью и призрачной “свободой” горделивого сверхчеловеческого отъединения от мира и его нравственных законов. Связывая идеал свободного человека не с любовью, не с внутренним духовным просветлением человека, не с развитием и

преобразованием его доброй воли, но с ненавистью, с бунтом против Творца, с местью за то, что "мир не приятен сердцу человеческому", герой Л. Д. Зиновьевой-Аннибал очевидно противопоставляет свою "идею" христианской вере» [\[14, С. 116\]](#). Насколько мысль об объединении людей под властью Великого колокола христианской общности была важна для Зиновьевой-Аннибал, свидетельствует то, что в конце жизни она работала над драмой под этим названием [\[1\]](#).

Делая своего героя человеком, обеспокоенным мировым устройством, Зиновьева-Аннибал опиралась, конечно, на образ Раскольникова, чьей главной целью является не улучшение собственного положения или положения матери, сестры и других несчастных, а стремление изменить существующий общественный строй. Он мечтает создать новую форму человеческого общежития, но при этом мнит себя сверхчеловеком, устраивает себе проверку, может ли он сравняться с великими мира сего... И другие герои Достоевского размышляют «о необходимости коренного перелома в социальных и нравственных судьбах человечества, об исчерпанности его прежних исторических путей, о необходимости утверждения новых социальных и нравственных норм» [\[2, С. 20\]](#). Но нравственность как раз и страдает там, где возникает призыв к насилию. Вот и герои революций тоже хотят изменить мир, преступая через кровь, хотят быть «делателями» истории. Они идут при этом разными путями: Опалин в повести «Лондон» ищет вдохновения в восточной философии, героиня рассказа «Кошка», имеющего многозначительный подзаголовок «Письмо о неблагополучии мироздания», отказывается от революционных преобразований и жертвует свое имущество нуждающимся. Вера героини в построение нового человеческого общества не зажигает ее сердце революционным огнем. Она понимает ложность социалистических убеждений, грозящих утратой индивидуальности, и то, что невозможно никакими идеологическими подходами решить нравственные проблемы, спасти других от одиночества и страданий. «В лице страдающего сплином скульптора-англичанина» Зиновьева-Аннибал, по словам Вяч. Иванова, изобразила «болезненно-пессимистический уклон правого отрицания к мечте о всемирном расплаве и окаменении» [\[16, С. 6\]](#). Рассказ «Электричество» рисует как бы молекулярную работу вселенского сочувствия в душе, не приемлющей самостной отчужденности и непроницаемости душ и вещей. Напомним, что Иванов не принимал внерелигиозного характера революции, ибо для него коллективное сознание народа пронизано религиозностью. И это убеждение разделяла с ним его жена. А о восприятии ею идей Достоевского он высказался абсолютно категорично: «раскрывать идейное содержание» рассказов Л.Д.Зиновьевой-Аннибал «соотечественникам, воспитавшимся на Достоевском, — излишний труд и напрасный», потому что «свои мысли автор сам до конца договаривает с лирической непосредственностью и являет наглядными в изображениях душевной жизни с пронзительною жизненною убедительностью» [\[16, С. 7\]](#).

Библиография

1. Иванов Вяч. Достоевский: трагедия – миф – мистика. // Соб. соч.: в 4 т. Т. 4. Брюссель, 1987. С. 483–588.
2. Фридлиндер Г. В борьбе идей. Достоевский и современная литература // Достоевский и мировая литература. Л., 1985. С. 9–91.
3. Иванов Вяч. Новые маски // Соб. соч.: в 4 т. Т. 2. Брюссель, 1974. 852 с.
4. Фридлиндер Г. Ф. М. Достоевский и его наследие // Достоевский Ф. М. Соб. соч.: в 15 т. Т. 1. Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1988. С. 5–30.
5. Достоевский Ф. М. Записки из подполья // Соб. соч.: в 30 т. Т. 5. Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1973. С. 99–179.

6. Достоевский Ф. М. Бедные люди // Соб. соч.: в 30 т. Т. 1. Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1972. С. 13–108.
7. Харитонов Е. В. Феномен детства в прозе Л. Д. Зиновьевой-Аннибал. Диссертация ... кандидата филологических наук. Волгоград, 2012. 201 с.
8. Иванов Вячеслав, Зиновьева-Аннибал Л. Д., переписка: 1894–1903. Т. 2. М., 2009. 568 с.
9. Зиновьева-Аннибал Л. Д. Тридцать три урода: роман, рассказы, эссе, пьесы. М., 1999. 495 с.
10. Эпштейн М. Юкина Е. Образы детства // Новый мир 1979. № 12. С. 242–257.
11. Михайлова М. В. Лица и маски русской женской культуры Серебряного века // Гендерные исследования: Феминистская методология в социальных науках. Харьков, 1998. С. 117–132. URL: http://az.lib.ru/p/petrowskaja_n_i/text_0030.shtml?ysclid=lcqs63kcy1470918874 (дата обращения: 10.11.2024).
12. Михайлова М. В. Страсти по Лидии // Зиновьева-Аннибал Л. Д. Тридцать три урода: роман, рассказы, эссе, пьесы. М., 1999. С. 5–24.
13. Эткинд Е. Г. Под микроскопом романа («Преступление и наказание») // «Внутренний человек» и внешняя речь. М., 1998. 448 с.
14. Баркер Е. Н. Дионисийский символ Серебряного века: творчество Л. Д. Зиновьевой-Аннибал: дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2001. 238 с.
15. Зиновьева-Аннибал. Л. Д. Драма «Великий Колокол» / предисл. А. Б. Шишкина, подгот. текста Н. А. Яковлевой и А. Б. Шишкина // Вячеслав Иванов. Исследования и материалы. Вып. 4 / ред.-сост. Е. А. Тахо Годи, А. Б. Шишкин. М., Водолей, 2024. С. 531–571.
16. Иванов Вяч. Предисловие к сборнику «Нет!» // Зиновьева-Аннибал Л. Д. Нет! СПб., 1918. 110 с.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензируемая статья посвящена осмыслению творческого наследия Ф. М. Достоевского в произведениях Л. Д. Зиновьевой-Аннибал. Актуальность работы определяется интересом исследователей как к творчеству Ф. М. Достоевского, которое, с одной стороны, «питалось русской и зарубежной литературой его предшественников и современников», с другой стороны, «оказало и продолжает оказывать огромное влияние на всю последующую литературу», так и к творческому наследию Лидии Дмитриевны Зиновьевой-Аннибал, одной из наиболее ярких и самобытных фигур в русской литературе 19–20 вв.: «как и большинство авторов и читателей, она находилась под явным влиянием философских и нравственных идей Достоевского и его предшественников в период идейных и духовных потрясений в обществе», но в то же время «она и ее муж Вяч. Иванов суммировали свои индивидуальные творческие и эстетические поиски в совместном жизненном порыве и творчестве».

Теоретической основой научной работы послужили труды таких российских исследователей, как Г. Фридлендер, Е. В. Харитонов, М. Эпштейн, Е. Юкина, М. В. Михайлова, Е. Г. Эткинд, Е. Н. Баркер. и др., охватывающие широкий круг вопросов по творчеству Ф. М. Достоевского и Л. Д. Зиновьевой-Аннибал. Библиография насчитывает 16 источников, в том числе 8 литературных, соответствует специфике рассматриваемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. К сожалению, автор(ы) совершенно не апеллируют к актуальным научным работам,

изданным в последние 3 года, что не позволяет судить о реальной степени изученности данной проблемы в современном научном сообществе. Методология исследования продиктована комплексным подходом к изучаемому материалу: применяются общенаучные методы анализа и синтеза, описательный и сравнительно-исторический методы, интерпретативный анализ материала, историко-функциональный и биографический методы, методы контент- и дискурс-анализа.

В ходе проведенного анализа теоретического материала и его практического обоснования автор(ы) раскрывают ключевые принципы поэтики Достоевского (акцент на «внутреннем человеке» и использование психологических форм описания), которые составляют важную основу для творчества Зиновьевой-Аннибал в изображении внутреннего мира ее героев: «Конечно, образы несчастных детей многочисленны в литературе XIX века, но именно «комплекс» идей Достоевского был важен для Зиновьевой-Аннибал», «Делая своего героя человеком, обеспокоенным мировым устройством, Зиновьева-Аннибал опиралась, конечно, на образ Раскольникова, чьей главной целью является не улучшение собственного положения или положения матери, сестры и других несчастных, а стремление изменить существующий общественный строй», «ближе всего к идеям Достоевского у Зиновьевой-Аннибал были мысли о «той последней, невообразимой свободе духа, к которой всегда будет устремлен человек, и о том «великом хаосе свободы», в который ввергается мир, лишенный божеских установлений, и человек, не совладавший с волей и не справившийся со свободой выбора».

Результаты, полученные в ходе работы, имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят вклад в изучение творчества Л. Д. Зиновьевой-Аннибал, а также могут применяться в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике и в вузовских курсах по теории литературы, стилистике художественной речи, по проблемам русской прозы конца XIX - начала XX века и др.

Содержание работы соответствует названию. Стиль изложения материала отвечает требованиям научного описания и характеризуется оригинальностью, логичностью и доступностью. Статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Лю С., Блохин И.Н., Гурушкин П.Ю., Громова Т.М. Пользовательская оценка значения сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.73009 EDN: YUFVGM URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73009

Пользовательская оценка значения сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве

Лю Сьшо

кандидат политических наук

аспирант; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

✉ liusishuo@mail.ru**Блохин Игорь Николаевич**

ORCID: 0000-0002-6582-3951

доктор политических наук

профессор; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

✉ i.blokhin@spbu.ru**Гурушкин Павел Юрьевич**

ORCID: 0000-0001-6980-0573

кандидат политических наук

доцент; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

✉ gurupavel@yandex.ru**Громова Тамара Михайловна**

ORCID: 0000-0002-8751-5837

кандидат политических наук

доцент; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

✉ t.gromova@spbu.ru

[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.73009

EDN:

YUFVGM

Дата направления статьи в редакцию:

13-01-2025

Дата публикации:

21-01-2025

Аннотация: Предметом исследования выступает значение сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве. В рамках разработки данной темы было проведено эмпирическое исследование в форме опроса российских и китайских респондентов о роли сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве. Для анализа обозначенной проблемы использованы данные опроса российских и китайских пользователей. Выборка респондентов с российской и китайской стороны составила по 300 человек. Интерес к изучению культуры и менталитета присутствует в равной мере у респондентов обеих стран. Обе исследуемые группы выразили желание быть в курсе последних политических событий соседней страны и проявили определенную заинтересованность в сотрудничестве. Значимым является высокий отклик респондентов в части ответов на вопрос о том, что сетевые медиа являются для них источником информации о культурной и политической ситуации в интересующей стране. Методологической базой исследования выступил структурно-функциональный подход к анализу роли сетевых медиа в процессах российско-китайского сотрудничества. По результатам изучения данных, полученных в ходе опроса, а также анализа теоретического материала, делается вывод о значении фактора сетевых медиа в современном российско-китайском сотрудничестве. Отмечается, что сетевые медиа в Китае получили несколько более широкое распространение, чем в России. Такая тенденция может быть связана с целенаправленной политикой правительства Китая в отношении цифровизации общества, а также системы образования. Важным фактором в данном случае выступает возможность преодоления языкового барьера не только за счет развития современных методов автоматического перевода просматриваемых страниц, но и ведением целенаправленных публикаций на иностранном языке. В то же время повсеместное внедрение в сетевые медиа алгоритмов искусственного интеллекта постепенно делает контент доступным для просмотра людям со всего мира, адаптируя его под нужный язык и понятный интерфейс.

Ключевые слова:

сетевые медиа, цифровизация, опрос общественного мнения, российско-китайское сотрудничество, медиаструктура, массовая информация, медиаресурс, СМИ Китая, защита личной информации, Персональные данные

Введение

Российско-китайское сотрудничество в сфере массовой информации (СМИ) имеет более чем вековую историю. Начало этому взаимодействию положило содействие Коминтерна в 1920-х г. в создании Коммунистической партии Китая [\[1, с. 103\]](#). Социально-политические изменения в Китае во многом продвигались при помощи прессы, на которую в этот период стала оказывать влияние, в том числе, и советская печать. После создания Китайской Народной Республики (КНР) в 1949 г. в связи с отменой частной собственности СМИ перешли под управление государством и стали каналом для продвижения партийной идеологии. Следует отметить, что при реализации этой работы в некоторых моментах был заимствован опыт СССР, особенно это заметно на примере появления медиаструктуры и реформ системы журналистского образования [\[2, с. 177\]](#).

Во второй половине 1950-х годов взаимодействие СССР и КНР пошло на спад во всех сферах. Причиной этого стала негативная оценка культа личности И.В. Сталина в СССР после его смерти. В то время как в КНР феномен культа личности считался значимым фактором коммунистической идеологии. Но, несмотря на существенное уменьшение взаимодействия, китайская партийная печать в своем жанровом, тематическом, идеологическом воплощении продолжала подражать советской.

Возобновление тесного сотрудничества между СССР и КНР стало набирать темпы лишь в период 1980-х годов, когда оба государства стали осуществлять значимые внутренние реформы. В КНР в эти годы примечательным становится активное появление новых периодических изданий, которые стали помимо прочего выступать с критикой таких общественных явлений как коррупция, бедность, безработица и т. д. [\[3, с. 106\]](#).

Начало XXI века стало периодом укрепления российско-китайских отношений, в том числе, путем совместного участия в деятельности таких международных организаций как Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), БРИКС, проектах «Один пояс и один путь» и др. Развитие совместных инициатив двумя государствами, безусловно, требует также масштабного информационного сопровождения и взаимодействия в сфере массовых коммуникаций [\[4, с. 191\]](#). Примером реализации этого направления может служить организованная в 2016-2017 гг. программа обмена специалистами российских и китайских СМИ, в рамках которой участники смогли получить опыт в области работы в сфере киноиндустрии, экономической и спортивной журналистики, туризма и т. д.

В то же время, анализируя современное медиапространство России и Китая, а также отталкиваясь от результатов социологических опросов, ряд исследователей приходят к выводу, что на бытовом уровне, а также на уровне свободного общения в сетевой среде, в обеих странах присутствует проявление стереотипов и предвзятого отношения друг к другу.

Обзор литературы

Исследователи видят причину такого отношения в достаточно сильном культурном различии между Россией и Китаем. Несмотря на длительное и тесное территориальное соседство, большинство россиян ассоциируют себя с европейской культурой и к ней тяготеют. В то время как Китай с точки зрения россиян продолжает оставаться достаточно непонятной страной со сложной традиционной системой культуры. Таким образом, культурные барьеры продолжают оставаться некоторым препятствием на пути организации качественного медиасотрудничества [\[5, с. 21\]](#).

Анализируя современные тенденции развития медиа в России и Китае, следует обратить внимание на их значимые различия. Так, в КНР СМИ полностью подконтрольны

государству, даже несмотря на развитие в последние годы частного сектора в этой области. Цензуру осуществляет Центральный отдел пропаганды Коммунистической партии Китая. В России нет специального органа, который бы ведал цензурой. Попытки осуществления контроля в области СМИ реализуются в рамках действующего законодательства [\[6\]](#).

В 2019 г. Россия и Китай подписали соглашение о партнерстве, в котором, помимо прочего, также шла речь о необходимости расширения сотрудничества в области СМИ. Выше уже указывалось на установление практики обмена специалистами в информационной сфере. Следует также добавить, что в последние годы участились также случаи обмена по вопросам внешней политики, а также усилилось взаимодействие двух стран в рамках медиафорумов.

Су Ш. в своей работе отмечает, что китайско-российский медиафорум является эффективной площадкой для обмена опытом по проведенным крупным событиям, национальному развитию, дипломатическим решениям и т. д. [\[7, с. 64\]](#).

Следует отметить, что укреплению международных отношений также способствуют культурные мероприятия. Ярким примером в дальневосточном регионе может выступить Международный Тихоокеанский театральный фестиваль, который проходит на площадках российского Владивостока. В рамках этого фестиваля проходят презентации, в том числе, китайских творческих коллективов. Подобные мероприятия не только помогают укреплению межкультурных связей, но и формируют позитивное отношение к представителям другой культуры, их ценностям, образам, символам и творчеству в целом. Как правило, если два сообщества достаточно сильно отличаются друг от друга не только по внешнему виду представителей этноса, но и в деталях организации повседневной культуры, культуры общения и т. д. – это становится фактором недоверия, непонимания, что накладывает отпечаток, в том числе, и на установление политических или коммерческих отношений. В этом вопросе укрепление именно культурного взаимодействия может помочь сформировать более позитивный и понятный образ другой страны, сократить дистанцию между двумя народами [\[8, с. 65\]](#).

Все более важная роль сетевых медиа в современном обществе не только изменила способы распространения информации, но и оказала глубокое влияние на жизнь и образ мышления людей. В сотрудничестве между Китаем и Россией сетевые медиа как ключевой инструмент коммуникации, значительно облегчают взаимодействие и взаимопонимание между представителями двух стран.

Специфика сущности каждой культуры заключается в механизмах передачи традиций, обычаев, норм и правил поведения от одного поколения к другому. Благодаря существованию данного механизма передаются знания и опыт, необходимые для обеспечения устойчивой жизнедеятельности представителей данной культуры. Процесс передачи элементов культуры последующим поколениям называется культурной трансмиссией. Культурная трансмиссия – это сложный и чрезвычайно важный для каждого народа механизм. Его особенностью является наличие специфических «фильтров», которые позволяют сохранять значимые элементы культуры и отбрасывать устаревшие или утратившие актуальность. Так культура сохраняет свои терминальные ценности в качестве своего базиса. В то же время, многие авторы поддерживают теорию локальных культур, носителями которых является каждый представитель конкретного сообщества. Наиболее значимыми факторами, которые объединяют людей в этносы, являются единство территории и языка.

Исследователи в области межкультурной коммуникации отмечают, что она возникает тогда, когда коммуниканты принадлежат к разным культурам и понимают, что общение происходит с представителем иной культуры. Таким образом, для обеспечения межкультурной коммуникации необходимо, чтобы участники общения исходили не из принятых в их родной культуре норм и правил поведения, традиций и обычаев, а из специфики культуры того человека, с которым осуществляется коммуникация [\[9, с. 37\]](#). Таким образом, межкультурная коммуникация выступает своего рода обменом культурными картинками мира, в связи с этим для человека, вступающего в коммуникацию, в другой культуре будет много странного и непонятного. Попытавшись адаптироваться к особенностям той или иной культуры, он сможет понять причины недопонимания между коммуникантами.

Сетевые медиа как важный инструмент распространения информации и фактор коммуникативного взаимодействия в современном обществе, привлекают внимание многочисленных исследователей. Ученые исследуют функциональность сетевых медиа и их социальное влияние с точек зрения и подходов различных научных дисциплин [\[10, с. 177\]](#).

Концепция «сетевого общества», изложенная Мануэлем Кастельсом [\[11\]](#), подробно описывает, как цифровые сетевые технологии меняют потоки информации и социальные структуры. Генри Дженкинс в своей работе «Культура конвергенции: где сталкиваются старые и новые медиа» [\[12\]](#) представляет глубокий анализ того, как традиционные и новые медиа взаимодействуют друг с другом в цифровую эпоху и вместе создают новые формы культурной динамики.

Эмпирическое исследование

В рамках разработки данной темы было проведено эмпирическое исследование в форме опроса российских и китайских респондентов о роли сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве. В опросе приняли участие 300 респондентов с каждой стороны в возрасте от 15 лет (предельный возраст не обозначен), однако большая часть респондентов (свыше половины) – старше 36 лет. Среди российских респондентов большинство (78%) имеют высшее образование, женщин (66%) обозначилось больше, чем мужчин (34%). Среди китайских респондентов также большинство (76%) имеют высшее образование, мужчин (51%) и женщин (49%) примерно поровну.

Следует отметить, что законодательство разных стран по-разному определяет сетевые медиа – некоторые сводят все к наличию классических публикаций СМИ на том или ином ресурсе, другие выводят признак СМИ через наличие у страницы атрибута «www» и т. д.

Также и к определению понятия Интернет существует достаточно много подходов. И все же большинство авторов, как и открытых энциклопедий, определяют Интернет как международную компьютерную сеть. А. Соколов конкретизирует это определение, исходя из сущностных функций, присущих сети. Он рассматривает Интернет как глобальную социально-коммуникационную компьютерную сеть, предназначенную для удовлетворения личностных и групповых коммуникационных потребностей за счет использования телекоммуникационных технологий [\[13, с. 153\]](#).

Следует акцентировать внимание на том, что само понятие «Интернет» указывает прежде всего на технологию связи, в то время как сама коммуникация осуществляется при помощи различных сервисов, наиболее популярными из которых в современном мире

являются приложения, платформы и т. п. В связи с широким распространением таких сервисов, представляется ожидаемым, что на вопрос «Как Вы относитесь к сетевым источникам информации?» 79% российских респондентов ответили в позитивном ключе и лишь 9% в негативном, в то время как равнодушное отношение обозначили 12% респондентов. Доля позитивно настроенных респондентов со стороны Китая оказалась выше – 93%. Негативно настроен лишь 1%, нейтрально – 7%. Можно сделать вывод о том, что в Китае сетевые медиа более распространенное, привычное и удобное явление, чем в России, и это не случайно [\[14, с. 28\]](#). Около 30-ти последних лет Китай ведет активную политику цифровизации страны. Последние годы эта тенденция стала также существенно затрагивать сферу образования не только на всех его ступенях, но и на всех, даже удаленных и труднодоступных территориях страны. В России на сегодняшний день в этом отношении можно отметить некоторое отставание, ведь удаленные уголки страны, а также сельская и труднодоступная местность на сегодняшний день продолжают оставаться территорией, до которой цифровизация доходит с трудом. К тому же, в России нет достаточно активной, целенаправленной политики по внедрению цифровых платформ в массовом масштабе. В связи с этим простой обыватель может с легкостью продолжать обходиться без сетевой коммуникации.

Вместе с тем, обращаются к сетевым медиа для получения информации на постоянной основе 41% российских респондентов, ежедневно обращаются 29%, несколько раз в неделю – 14%, несколько раз в месяц – 5%, эпизодически – 3% и 8% респондентов ответили, что совсем не пользуются Интернетом. Среди китайских респондентов этот показатель распределен следующим образом – 66% всю информацию получают только в Интернете, 28% обращаются к сетевым медиа ежедневно, 3% несколько раз в месяц, 1% – обращаются реже. Данные результаты подтверждают тезис о том, что степень цифровизации в Китае выше, чем в России.

Большая часть российских респондентов ежедневно использует сетевые источники информации и телевидение (41% и 40% соответственно). К печатным источникам обращается лишь 15% респондентов, а то время как радио слушают всего 4%. Среди китайских респондентов предпочтение сетевым источникам информации отдают 63%, телевидению – 27%, радио – 7%, печатным источникам – 3%.

Наиболее важными преимуществами сетевых СМИ российские респонденты считают возможность коммуникации в комментариях (33%), а также легкодоступность (21%). Скорость передачи информации и наличие развлекательного контента отметили 11% респондентов, 10% находят привлекательной интерактивность. Менее 10% респондентов сочли значимым преимуществом персонализацию контента, блоги по интересам, дизайн интернет-изданий, понятный язык изложения. Эти показатели достаточно близки к ответам китайских респондентов, среди которых легкодоступность и возможность коммуникации в комментариях отметили 29% и 28%, соответственно. Скорость передачи информации и интерактивность нравится 18% и 17% китайских респондентов. В целом можно отметить, что при оценке пользовательского контента у респондентов обеих стран прослеживается примерно одинаковый подход.

В качестве недостатков сетевых медиа российские респонденты отмечают риск утечки личной информации (28%), необходимость иметь цифровой носитель информации (26%), отсутствие специфической атмосферы, которая присутствует при чтении печатных изданий (18%), оскорбления в сети (15%), ощущение уязвимости (8%). Китайские респонденты также отметили главными недостатками риск утечки личной информации (40%) и ощущение уязвимости (30%).

Следует отметить, что для России действительно достаточно актуальна проблема утечки личной информации через сетевые СМИ. П.С. Швыряев в своем исследовании отмечает, что глобальные исследования этой области относят к зоне риска медицинские и бизнес-учреждения. В частности, были выявлены утечки данных таких крупных банковских операторов, как «Сбер», «Альфа-банка», «Совкомбанк», «Вымпелком», а также в государственной цифровой среде [\[15, с. 232\]](#). Основная опасность утечки данных – дальнейшее их использование мошенниками и различными преступными группировками. Явление мошенничества с использованием персональных данных широко распространено в современном мире [\[16, с. 180\]](#). Вместе с тем, эти преступления имеют не слишком успешную раскрываемость ввиду того, что цифровой след определить достаточно сложно.

В Китае к вопросу сохранности персональных данных подошли со стороны совершенствования законодательства в этой области. Так, что 2021 году был принят новый «Закон о защите персональной информации Китайской Народной Республики» ([《中华人民共和国个人信息保护法》](#); Personal Information Protection Law of the People's Republic of China), который значительно усилил защиту сведений о гражданах, четко обозначил сферы применения, ввел запрет на незаконную обработку персональных данных, включая прямой запрет на их незаконную продажу и покупку или обработку, наносящую вред национальной безопасности и публичным интересам [\[17, с. 208\]](#). Такое пристальное внимание к этому вопросу со стороны государства призвано усилить меры по обеспечению безопасности граждан, в том числе, финансовой.

В вопросе о роли сетевых медиа в сфере международного сотрудничества российские респонденты отметили в первую очередь возможность людей из разных стран лучше узнавать традиции и культуру друг друга (29%), возможность удаленно учить иностранные языки (25%), расширение кругозора граждан (16%), повышение доверия и понимания между народами (15%), источника достоверной информации о стране среди зарубежной аудитории (14%). При этом, лишь 1% респондентов выбрал вариант о воздействии через «мягкую силу» одним государством на другое. Такой низкий показатель может свидетельствовать о том, что феномен «мягкой силы» слабо осознается и осмысливается простыми обывателями. Китайские респонденты также отметили высокую значимость возможности людей из разных стран лучше узнавать культуру и традиции друг друга, этот вариант ответа выбрали 42% респондентов. Возможность удаленно учить иностранные языки отметили 18% респондентов, донесение достоверной информации до зарубежной аудитории выделили 15% респондентов, воздействие «мягкой силы» отметили 13% респондентов (что примечательно и говорит о том, что данный феномен в Китае шире известен среди простых обывателей, чем в России). Менее 10% респондентов значимым в международном сотрудничестве посчитали расширение кругозора граждан и укрепление доверия и понимания между народами.

Респондентам обеих стран также было предложено оценить сетевые медиа России и Китая на примере конкретных популярных медиа-ресурсов.

Для российских респондентов был выбран CRI Online – сайт международного радио Китая на русском языке. На данном сайте доступен контент как в прямом эфире, так и видеоматериалы в записи. Большая часть информации связана с китайской культурой, историей, жизненным укладом, есть отдельный раздел по изучению китайского языка.

На вопрос с просьбой дать общую оценку сетевому ресурсу по десятибалльной шкале,

российские респонденты поставили 10 баллов (36%), 9 баллов (29%), 7 баллов (18%) и более низкие оценки (менее 10%). При этом большая часть пользователей CRI использует ресурс для просмотра новостей о событиях в Китае (28%) и для изучения языка (27%), по 13% голосов набрали ответы о поиске информации для путешествий, изучения особенностей и обычаев, получении информации об актуальных культурных событиях в стране. Наибольшее предпочтение пользователи отдают предпочтению разделу новостей (25%), развлекательных событий (22%), а также новостям с видеоматериалами (17%). 96% респондентов отметили пользу сетевого ресурса в более глубоком понимании культуры и менталитета китайского народа, доверяют этому источнику 85%, в то время как с недоверием относятся лишь 12%.

Китайским респондентам было предложено оценить медиа-ресурс «Россия сегодня». 75% респондентов поставили оценку 10 баллов, 21% респондентов поставили оценку от 7 до 9 баллов, и 3,4% поставили оценку 5 баллов. Основным мотивом для обращения к ресурсу китайские респонденты указали достоверные новости о событиях в стране (28%), информацию об актуальных культурных событиях (28%), особенности традиций и обычаев (21%). Информацию о путешествиях на этом ресурсе получают только 14% респондентов, а для изучения языка его используют лишь 5%. 93% респондентов считают, что данный медиа ресурс помогает им лучше узнать русскую культуру и менталитет. 89% из них доверяют опубликованной информации. Выбирая наиболее привлекательный для них контент на медиа-ресурсе «Россия сегодня», респонденты отметили развлекательный контент (25%), новости с видеоматериалами (23%), новости (22%) и блоги публичных личностей (20%). Так, достаточно большой процент респондентов интересуется именно развлекательным контентом, в большей степени связанным с культурой другой страны.

Обеим группам респондентов был задан вопрос, посещают ли они интегрированную мобильную медиа платформу «Россия-Китай: Главное», созданную совместно Международным радио Китая и Россией Сегодня. Среди китайских респондентов 66% ответили «да» и 34% – «нет». Российские респонденты в количестве 70% посещают и 30% не посещают данный ресурс. Таким образом, отмечается приблизительно равное количество пользователей с обеих сторон.

Выводы

Интерес к изучению культуры и менталитета присутствует в равной мере у респондентов обеих стран. Обе исследуемые группы выразили желание быть в курсе последних политических событий соседней страны и определенную заинтересованность в сотрудничестве. Вместе с тем, можно отметить, что сетевые медиа в Китае получили несколько более широкое распространение, чем в России. Такая тенденция может быть связана с целенаправленной политикой правительства Китая в отношении цифровизации общества, а также системы образования. Значимым является высокий отклик респондентов в части ответов на вопрос о том, что сетевые медиа являются для них источником информации о культурной и политической ситуации в интересующей стране. Важным фактором в данном случае выступает возможность преодоления языкового барьера не только за счет развития современных методов автоматического перевода просматриваемых страниц, но и ведением целенаправленных публикаций на иностранном языке. В то же время, повсеместное внедрение в сетевые медиа алгоритмов искусственного интеллекта постепенно делает контент доступным для просмотра людям со всего мира, адаптируя его под нужный язык и понятный интерфейс.

Библиография

1. Цзя Лежун, Стровский Д. Л., Сухорецкая А. Е. Взаимодействие Китая и России в сфере массовой информации от подхода «Россия как модель для подражания» до равного сотрудничества // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2020. № 2. С. 85–115.
2. Чжу Хуэйпин, Галагузова Ю. Н. Потенциал образовательного сообщества в рамках обучения «базовому русскому языку» // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2024. № 1 (61). С. 177–184.
3. Кривохиж, С. В. (2012). «Мягкая сила» и публичная дипломатия в теории и внешнеполитической практике Китая. Вестник Санкт-Петербургского университета. Востоковедение и африканистика, (3), 103–112. Режим доступа: <https://aasjournal.spbu.ru/article/view/2424>
4. Васильев А. В., Зайков К. С., Зарубина Л. А., Зашихина И. М., Кусихолма Т., Лю Х., Попкова С. В. Итоги работы российско-китайского экспертного семинара «Развитие научной дипломатии в Арктике в условиях глобальных вызовов» // Арктика и Север. 2024. № 55. С. 182–195.
5. Кокарев К. А., Комиссина И. Н., Сведенцов В. Л. Политика «мягкой силы» Китая в Азии // Проблемы национальной стратегии. 2019. № 3 (54). С. 11–67.
6. Чжан Шиюй, Никонов С. Б. Поляризованный плюрализм СМИ России и «управляемая открытость» СМИ КНР (2013) // Век информации (Сетевое издание), 2020. Т.4 №4(13) сентябрь 2020. Режим доступа: [https://doi.org/10.33941/age-info.com44\(13\)6](https://doi.org/10.33941/age-info.com44(13)6)
7. Су Ш. Китайско-российский медиафорум как платформа для развития дипломатических отношений / Ш. Су // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2023. Т. 43. С. 63–70.
8. Сюн Икунь. Формирование образа Китая в российских СМИ // Наука. Образование. Современность. 2024. № 2. С. 63–66.
9. Ван Сюемэй, Чжан Цзыи. Сотрудничество между Синьцзяном Китая и Кыргызстаном в области здравоохранения: история и будущее // Проблемы востоковедения. 2024. Вып. 104. № 2. С. 36–46.
10. Ван Цзэкай, Мельник Г. С., Лабуш Н. С., Байчик А. В. Медиаанализ текста о китайской стратегии информационной войны на примере опубликованных материалов // Litera. 2024. № 4. С. 174–181.
11. Кастельс М. Информационная эпоха : Экономика, общество и культура / Гос. ун-т Высш. шк. экономики; Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. Москва : ГУ ВШЭ, 2000.
12. Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. Рипол-Классик, 2019.
13. Соколов А.В. Метатеория социальной коммуникации / А.В. Соколов; Рос. нац. б-ка. Санкт-Петербург : РНБ, 2001.
14. Зверьянская Л. П. Организационно-правовое обеспечение международной и национальной информационной безопасности: опыт Китайской Народной Республики // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2017. № 5 (63). С. 196–214.
15. Пую А. С., Никонов С. Б., Шафир Т. В. Этап перехода к омнимедиа в Китайской Народной Республике // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2024. Вып. 43. № 1. С. 25–34.
16. Швыряев П. С. Утечки конфиденциальных данных: главный враг внутри // Государственное управление. Электронный вестник. 2022. № 91. С. 226–241.
17. Павлова Т. В. Актуальные проблемы конфиденциальности в информационном обществе // Инновационные аспекты развития науки и техники. 2021. № 10. С. 178–185

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступает оценка пользователями значения сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве. Актуальность работы обусловлена той ролью, которую играют средства массовой информации, а в современных реалиях сетевые медиа, в межкультурной коммуникации, в частности в российско-китайском диалоге («развитие совместных инициатив двумя государствами, безусловно, требует масштабного информационного сопровождения и взаимодействия в сфере массовых коммуникаций»). Однако, как отмечают автор(ы), «анализируя современное медиапространство России и Китая, ряд исследователей приходят к выводу, что на бытовом уровне, а также на уровне свободного общения в сетевой среде, в обеих странах присутствует проявление стереотипов и предвзятого отношения друг к другу». Исходя из выше сказанного, видится важным комплексное изучение российских и китайских сетевых медиа и их места в российско-китайском сотрудничестве.

Теоретической базой научной работы послужили труды таких российских и зарубежных ученых, как А. В. Соколов, Л. П. Зверьянская, А. С. Пую, С. Б. Никонов, Т. В. Шафир, Цзэ Лежун, Д. Л. Стровский, А. Е. Сухорецкая, Чжан Шиюй, Ш. Су, Сюн Икунь, М. Кастельс Г. Дженкинс и др. Библиография насчитывает 17 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями.

В рамках разработки данной темы было проведено эмпирическое исследование в форме опроса российских и китайских респондентов о роли сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве. В опросе приняли участие 300 респондентов старше 15 лет с каждой стороны. Участникам опроса нужно было ответить на вопросы о том, как они относятся к сетевым источникам информации; как часто обращаются к ним для получения информации; какую роль, по их мнению, сетевых медиа играют в сфере международного сотрудничества; назвать недостатки сетевых медиа; оценить сетевые медиа России и Китая на примере конкретных популярных медиа-ресурсов и пр. Все ответы обрабатывались статистически, ранжировались и анализировались. Так, получив результаты относительно частоты использования сетевых медиа в качестве источника информации, автор(ы) приходят к выводу, что они обусловлены тем, что «степень цифровизации в Китае выше, чем в России» («обращаются к сетевым медиа для получения информации на постоянной основе 41% российских респондентов..., среди китайских респондентов этот показатель распределен следующим образом – 66% всю информацию получают только в Интернете...»).

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) сформулировать выводы о том, что «сетевые медиа в Китае получили несколько более широкое распространение, чем в России»; «сетевые медиа являются для них источником информации о культурной и политической ситуации в интересующей стране»; «повсеместное внедрение в сетевые медиа алгоритмов искусственного интеллекта постепенно делает контент доступным для просмотра людям со всего мира, адаптируя его под нужный язык и понятный интерфейс» и т. д.

Результаты, полученные в ходе исследования, имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят вклад в изучение специфики современного медиапространства России и Китая, а также могут быть использованы в дальнейших научных изысканиях по заявленной проблематике.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стиль изложения материала соответствует требованиям научного описания. Однако в рукописи встречаются опечатки и неточности: см «Следует также добавит, что в последние годы...», «китайско-российский медиафорум является эффективной площадкой для обмена опытом по проведенным крупным событиям», «которые сосуществуют рядом с друг с другом», «межкультурная коммуникация выступает своего рода обменом культурными картинами мира, в связи с этим для человека...», «Таким образом отмечается приблизительно равное количество пользователей с обеих сторон». Они не умаляют общего положительного впечатления от рецензируемой работы, но требуют устранения.

Обращаем внимание автора(ов) на оформление библиографии (например, источник 4). Библиографическое описание стоит пересмотреть с учетом требований редакции журнала.

Статья имеет заверченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera» после устранения указанных выше замечаний.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Стоит признать и согласиться, что «российско-китайское сотрудничество в сфере массовой информации (СМИ) имеет более чем вековую историю. Начало этому взаимодействию положило содействие Коминтерна в 1920-х г. в создании Коммунистической партии Китая. Социально-политические изменения в Китае во многом продвигались при помощи прессы, на которую в этот период стала оказывать влияние, в том числе, и советская печать». Бесспорно, что данный вопрос имеет обще дискуссионный характер, следовательно, работы / статьи в русле указанной проблемы вполне актуальны, востребованы, интересны. Автор рецензируемой статьи обращает внимание на пользовательскую оценку значения сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве. На мой взгляд, выверенный вектор исследования вполне правомерен, ощущает в связи с заявленной темой и конструктивность оценки проблемы. Стиль работы соотносится с собственно научным типом: например, «Во второй половине 1950-х годов взаимодействие СССР и КНР пошло на спад во всех сферах. Причиной этого стала негативная оценка культа личности И.В. Сталина в СССР после его смерти. В то время как в КНР феномен культа личности считался значимым фактором коммунистической идеологии. Но, несмотря на существенное уменьшение взаимодействия, китайская партийная печать в своем жанровом, тематическом, идеологическом воплощении продолжала подражать советской», или «анализируя современное медиапространство России и Китая, а также отталкиваясь от результатов социологических опросов, ряд исследователей приходят к выводу, что на бытовом уровне, а также на уровне свободного общения в сетевой среде, в обеих странах присутствует проявление стереотипов и предвзятого отношения друг к другу» и т.д. Текст работы дробится на т.н. смысловые блоки, думаю, что это вполне оправдано и целесообразно. Методы разверстки вопроса актуальны; принцип системности аргументирован: «анализируя современные тенденции развития медиа в России и Китае, следует обратить внимание на их значимые различия. Так, в КНР СМИ полностью подконтрольны государству, даже несмотря на развитие в последние годы частного сектора в этой области. Цензуру осуществляет Центральный отдел пропаганды Коммунистической партии Китая. В России

нет специального органа, который бы ведал цензурой. Попытки осуществления контроля в области СМИ реализуются в рамках действующего законодательства». Основной блок сносок, цитат верифицирован, серьезная правка излишня. Вариант терминологических включений оправдан, общая унификация выверена: «культурная трансмиссия – это сложный и чрезвычайно важный для каждого народа механизм. Его особенностью является наличие специфических «фильтров», которые позволяют сохранять значимые элементы культуры и отбрасывать устаревшие или утратившие актуальность. Так культура сохраняет свои терминальные ценности в качестве своего базиса. В то же время, многие авторы поддерживают теорию локальных культур, носителями которых является каждый представитель конкретного сообщества. Наиболее значимыми факторами, которые объединяют людей в этносы, являются единство территории и языка». Статья имеет явный практический ценз, материал целесообразно использовать в вузовской практике, при изучении дисциплин гуманитарного профиля. Дробность текст оправдана, это дает возможность потенциально заинтересованному читателю двигаться соразмерно вслед за автором. В работе есть элементы статистического толка, думаю, что и этот уровень оправдан: «В рамках разработки данной темы было проведено эмпирическое исследование в форме опроса российских и китайских респондентов о роли сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве. В опросе приняли участие 300 респондентов с каждой стороны в возрасте от 15 лет (предельный возраст не обозначен), однако большая часть респондентов (свыше половины) – старше 36 лет. Среди российских респондентов большинство (78%) имеют высшее образование, женщин (66%) обозначилось больше, чем мужчин (34%). Среди китайских респондентов также большинство (76%) имеют высшее образование, мужчин (51%) и женщин (49%) примерно поровну», или «В качестве недостатков сетевых медиа российские респонденты отмечают риск утечки личной информации (28%), необходимость иметь цифровой носитель информации (26%), отсутствие специфической атмосферы, которая присутствует при чтении печатных изданий (18%), оскорбления в сети (15%), ощущение уязвимости (8%). Китайские респонденты также отметили главными недостатками риск утечки личной информации (40%) и ощущение уязвимости (30%)» и т.д. Выводы по работе соразмерны основной части, автор отмечает, что «интерес к изучению культуры и менталитета присутствует в равной мере у респондентов обеих стран. Обе исследуемые группы выразили желание быть в курсе последних политических событий соседней страны и определенную заинтересованность в сотрудничестве. Вместе с тем, можно отметить, что сетевые медиа в Китае получили несколько более широкое распространение, чем в России. Такая тенденция может быть связана с целенаправленной политикой правительства Китая в отношении цифровизации общества, а также системы образования. Значимым является высокий отклик респондентов в части ответов на вопрос о том, что сетевые медиа являются для них источником информации о культурной и политической ситуации в интересующей стране» и т.д. В целом цель исследования достигнута, базовый грейд задач решен. Тема раскрыта, авторская точка зрения представлена объективно. Список источников достаточен, формальный уровень издания учтен. Рекомендую статью «Пользовательская оценка значения сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве» к публикации в журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Диреев И.Д. Дезинформация в средствах массовой информации: проблемы, вызовы и пути решения // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.73205 EDN: QOUINW URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73205

Дезинформация в средствах массовой информации: проблемы, вызовы и пути решения

Диреев Иван Дмитриевич

ORCID: 0009-0008-3669-7774

преподаватель; кафедра Связь; Южно-Уральский государственный университет (национальный
исследовательский университет)
Начальник службы; Филиал ВУНЦ ВВС "ВВА" в г. Челябинске

454015, Россия, г. Челябинск, ул. Бурденюка, 6

✉ tifey@udm.ru[Статья из рубрики "Журналистика"](#)**DOI:**

10.25136/2409-8698.2025.1.73205

EDN:

QOUINW

Дата направления статьи в редакцию:

30-01-2025

Аннотация: В данной статье рассматриваются вопросы дезинформации в средствах массовой информации (СМИ). Анализируются причины распространения дезинформации, её влияние на общество и возможные меры по сокращению её воздействия. В эпоху глобализации и стремительного развития информационных технологий информация приобрела ключевое значение, оказывая влияние на все аспекты общественной жизни. СМИ стали основным каналом распространения информации, формируя общественное мнение и воздействуя на политические процессы. Однако вместе с этим возникла серьёзная проблема — дезинформация, которая представляет собой распространение ложной или искажённой информации с целью манипуляции. Дезинформация в СМИ подрывает доверие общества к информационным источникам, способствует поляризации мнений и приводит к неправильным политическим решениям. В условиях быстрого развития интернета и социальных сетей фейковые новости и манипуляции становятся всё более изощрёнными и масштабными, что вызывает серьёзные опасения относительно стабильности и безопасности общества. Цель статьи — систематизировать

знания о природе дезинформации в современных медиа, проанализировать её ключевые каналы распространения и предложить комплексную модель противодействия, объединяющую технологические, образовательные и правовые решения. Научная новизна работы заключается в междисциплинарном подходе, связывающем теории медиавоздействия, когнитивную психологию и политические науки. В отличие от предыдущих исследований, фокусирующихся на отдельных аспектах (например, фактчекинге), данная статья рассматривает дезинформацию как системное явление, требующее многоуровневого ответа. Гипотеза исследования: эффективное противодействие дезинформации возможно только при синтезе «жестких» мер (регулирование платформ, ИИ-модерация) и «мягких» инструментов (медиаграмотность, укрепление доверия к экспертизе). Это исследование задает рамки для детального анализа, подчёркивая, что дезинформация – не просто техническая проблема, а симптом глубоких социальных и политических противоречий цифровой эпохи. Также в статье особое внимание уделяется роли новых технологий и социальных сетей в распространении ложной информации.

Ключевые слова:

дезинформация, СМИ, фейковые новости, медиаобразование, медиа, социальные сети, манипуляции, фактчекинг, общественное мнение, интернет

Введение

В современном мире информационное пространство играет важную роль в формировании общественного мнения и восприятия реальности. Однако в последние годы проблема дезинформации стала одной из наиболее актуальных угроз для общества. Дезинформация представляет собой преднамеренно созданные или искажённые сообщения, которые вводят людей в заблуждение [33. с. 1147]. В условиях глобализации и развития цифровых технологий эта проблема становится всё более значимой, что требует всестороннего анализа и разработки эффективных методов борьбы с ней.

Основные причины распространения дезинформации

Распространение дезинформации в современном информационном пространстве обусловлено множеством факторов, которые взаимодействуют и усиливают друг друга. Рассмотрим наиболее значимые из них более подробно.

1. Стремительный рост использования социальных сетей

Социальные сети стали одной из ключевых платформ для распространения информации в современном обществе. Они предоставляют пользователям возможность быстро и легко делиться новостями, фотографиями, видео и другими видами контента. Однако эта свобода также создаёт условия для быстрого распространения фейковых новостей и ложной информации [12].

Одним из важных аспектов является алгоритмическая рекомендация контента. Социальные сети используют сложные алгоритмы для анализа интересов пользователей и показывают им те материалы, которые, по мнению системы, будут наиболее интересны. Часто такие алгоритмы отдают предпочтение сенсационным и эмоционально заряженным материалам, что способствует их более широкому распространению [13]. Например,

исследования показали, что фейковые новости распространяются быстрее и шире, чем достоверная информация, благодаря своей эмоциональной привлекательности [33. с.1149].

Кроме того, социальные сети часто становятся местом активного обсуждения и перепостов, что ещё больше усиливает эффект распространения дезинформации. Пользователи могут не проверять информацию перед её размещением, полагаясь на авторитетность источника или просто доверяя своим друзьям и подписчикам. В результате даже небольшой процент недостоверных данных может быстро стать массовым явлением [18].

2. Экономическая составляющая

Экономические интересы медиакомпаний играют значительную роль в распространении дезинформации. В условиях жёсткой конкуренции за внимание аудитории многие СМИ стремятся привлечь как можно больше читателей, зрителей и рекламодателей. Для этого они используют различные методы, включая создание скандальных заголовков и публикацию сенсационных материалов [32].

Такая практика известна как «жёлтая пресса» и основана на использовании шокирующих или провокационных тем для увеличения трафика и доходов от рекламы. Журналисты и редакторы могут намеренно преувеличивать факты или интерпретировать события таким образом, чтобы вызвать у аудитории максимальный интерес. В некоторых случаях это приводит к распространению недостоверной или искажённой информации [11].

Другим аспектом экономической мотивации является влияние спонсоров и рекламодателей. Некоторые медиакомпании могут быть вынуждены публиковать материалы, выгодные определённым финансовым группам или политическим силам, даже если эти материалы не соответствуют действительности. Такие ситуации особенно опасны, поскольку они подрывают доверие к СМИ и формируют ложное восприятие реальности [22].

3. Политическое влияние и манипуляции

Политические силы также активно используют дезинформацию для достижения своих целей. В условиях глобализации и роста политической напряжённости манипуляция информацией становится одним из основных инструментов борьбы за власть. Политики и их сторонники могут использовать фейковые новости для дискредитации оппонентов, формирования положительного образа себя или создания искусственных кризисов [14].

Особую роль в этом процессе играют так называемые «боты» и «тролли», которые активно распространяют недостоверную информацию через социальные сети и другие цифровые платформы. Эти аккаунты часто создаются специально для проведения информационных кампаний и могут работать автоматически, генерируя огромное количество сообщений в короткие сроки [19]. Это позволяет создавать иллюзию массовой поддержки или возмущения, что может существенно повлиять на общественное мнение.

Примером такого воздействия может служить использование дезинформации в ходе выборов. Фейковые новости могут изменить представления избирателей о конкретных кандидатах или партиях, что в конечном итоге влияет на результаты голосования. В

некоторых странах уже были зафиксированы случаи использования дезинформации для вмешательства в избирательные процессы, что вызывает серьёзные опасения по поводу демократичности и прозрачности выборов [\[10\]](#).

Опыт России также иллюстрирует, как дезинформация способна оказывать влияние на политические процессы. К примеру, исследование, осуществлённое отечественными специалистами, показало, что в ходе выборов в стране активно использовались социальные медиа для распространения ложной информации, которая могла изменить ход голосования [\[3\]](#).

4. Отсутствие регулирования и контроля

Недостаток эффективного регулирования и контроля над распространением информации также способствует росту дезинформации. В отличие от традиционных СМИ, интернет-платформы часто не несут ответственности за содержание публикуемых материалов. Это создаёт условия для бесконтрольного распространения недостоверной информации и позволяет злоумышленникам действовать практически безнаказанно [\[34\]](#).

Даже когда законодательство предусматривает ответственность за распространение фейковых новостей, его реализация часто сталкивается с трудностями. Определение границ между свободой слова и запретом на дезинформацию является сложной задачей, требующей тщательного балансирования. Кроме того, различия в правовых системах разных стран затрудняют международное сотрудничество в этой области [\[26\]](#).

Отсутствие контроля со стороны государственных органов и независимых организаций также создаёт благоприятные условия для распространения дезинформации. В некоторых случаях правительства сами могут быть источниками ложной информации, используя её для управления общественным мнением или достижения политических целей. Это особенно актуально в условиях авторитарных режимов, где свобода прессы ограничена, а доступ к достоверной информации ограничен [\[15\]](#).

5. Технологические факторы и новые медиа

С развитием технологий появляются новые возможности для создания и распространения дезинформации. Одним из таких примеров является использование искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения для создания высококачественных фейковых материалов. Например, технологии deepfake позволяют создавать видео, в которых реальные люди произносят тексты, которые они никогда не говорили, или совершают действия, которые они никогда не совершали [\[35\]](#).

Такие технологии представляют серьёзную угрозу, поскольку они делают дезинформацию более убедительной и труднообнаружимой. Даже опытные пользователи могут быть введены в заблуждение, если не располагают специальными знаниями и инструментами для проверки достоверности материалов. Это создаёт новые вызовы для журналистов, исследователей и правоохранительных органов, которые должны адаптироваться к меняющимся условиям [\[25\]](#).

Кроме того, развитие новых медиа формирует новое информационное пространство, где традиционные источники информации теряют свою значимость. Люди всё чаще обращаются к блогерам, видеоблогерам и другим независимым авторам, которые могут не иметь достаточной подготовки для проверки информации и соблюдения профессиональных стандартов. Это создаёт дополнительные риски для распространения

дезинформации и требует новых подходов к её предотвращению [\[28\]](#).

Влияние дезинформации на общество

Дезинформация оказывает широкий спектр негативных последствий на различные аспекты жизни общества. Её влияние распространяется на политику, экономику, здравоохранение, социальные отношения и даже на индивидуальное восприятие реальности. Рассмотрим эти аспекты более подробно.

1. Политическое воздействие

Одним из наиболее значимых аспектов влияния дезинформации является её воздействие на политическую сферу. Дезинформация может существенно повлиять на результаты выборов, формирование общественного мнения и доверие к институтам власти.

Формирование общественного мнения

Фейковые новости и ложная информация могут изменить представления людей о конкретных политических фигурах или партиях. Например, распространение недостоверной информации о коррупции, связях с преступными группировками или других скандальных фактах может серьёзно подорвать репутацию кандидата или политической силы [\[14\]](#). Это особенно актуально в условиях информационной войны, когда оппоненты используют дезинформацию для дискредитации друг друга.

Результаты исследований показывают, что фейковые новости могут значительно влиять на выборы. В частности, они могут изменить предпочтения избирателей, создавая искусственные тренды и манипулируя их эмоциями [\[21\]](#). Некоторые исследования указывают на то, что фейковые новости могут иметь долгосрочные последствия, формируя устойчивые стереотипы и предвзятости, которые сохраняются даже после того, как ложь была разоблачена [\[17\]](#).

Вмешательство в избирательные процессы

В последние годы стало очевидным, что дезинформация используется не только для внутренней политической борьбы, но и для вмешательства в избирательные процессы других стран. Примером этого может служить вмешательство в президентские выборы в США в 2016 году, когда были зафиксированы случаи использования фейковых новостей и ботов для изменения общественного мнения [\[19\]](#). Такие действия подрывают демократические принципы и вызывают серьёзные опасения по поводу безопасности и прозрачности выборов.

Российский опыт также показывает, как дезинформация может влиять на политические процессы. Например, исследование, проведённое Российскими специалистами, выявило, что в период выборов в России активно использовались социальные сети для распространения недостоверной информации, которая могла повлиять на результаты голосования [\[3\]](#).

Подрыв доверия к институтам власти

Дезинформация также способна подрывать доверие к государственным органам и институтам власти. Если граждане начинают считать, что официальная информация является ложной или искажённой, это может привести к снижению уровня доверия к

правительству, парламенту и другим государственным учреждениям. Это создаёт условия для усиления политической поляризации и социальных конфликтов, поскольку люди теряют веру в возможность справедливого и объективного управления [\[29\]](#).

Так, исследование, проведенное при поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Экспертного института социальных исследований, показало, что в условиях информационных манипуляций уровень доверия к государственным институтам значительно снижается, что может привести к социальной напряжённости и протестным настроениям [\[6\]](#).

2. Воздействие в сфере Здравоохранения

Дезинформация в области здравоохранения представляет собой особую угрозу, поскольку она может напрямую повлиять на здоровье и жизнь людей. Ложная информация о медицинских методах лечения, вакцинах и других аспектах здравоохранения может привести к серьёзным последствиям.

Отказ от вакцинации

Один из самых ярких примеров влияния дезинформации на здравоохранение — это отказ от вакцинации. В последние годы в ряде стран наблюдается рост числа родителей, которые отказываются вакцинировать своих детей из-за распространения мифов о вреде вакцин. Эти мифы часто основываются на недостоверной информации, которая распространяется через социальные сети и другие платформы [\[27\]](#). В результате снижается уровень коллективного иммунитета, что увеличивает риск вспышек инфекционных заболеваний, таких как корь и полиомиелит.

В России также наблюдаются тенденции к снижению уровня вакцинации из-за распространения антипрививочных кампаний. Так результаты прикладного исследования, нацеленного на обнаружение взаимосвязей между антипрививочными стратегиями поведения и россиянами, показали, что недостоверная информация о вакцинах стала одной из причин отказа от прививок среди населения [\[5\]](#).

Некорректное лечение

Дезинформация также может привести к использованию некорректных методов лечения. Люди могут полагаться на советы из интернета, которые не основаны на научных данных и могут быть опасными. Например, распространение ложной информации о «чудодейственных» средствах от рака или других тяжёлых заболеваний может привести к тому, что пациенты будут отказываться от рекомендованных врачами методов лечения и использовать неэффективные или даже вредные препараты [\[30\]](#).

Российские исследования также подтверждают эту тенденцию, так согласно научным данным, многие пациенты предпочитают использовать нетрадиционные методы лечения, основанные на недостоверной информации, что может негативно сказаться на их здоровье [\[4\]](#).

Психологическое воздействие

Кроме того, дезинформация в области здравоохранения может иметь психологическое воздействие, вызывая страх, тревогу и панику среди населения. Например, распространение слухов о возможном конце света из-за глобальной пандемии или экологической катастрофы может привести к массовой истерии и хаосу [\[20\]](#). Это создаёт

дополнительные проблемы для медицинских и правоохранительных органов, которые должны справляться с последствиями такой паники.

В России во время пандемии COVID-19 было зафиксировано значительное количество случаев распространения дезинформации, связанной с вирусом и мерами по его предотвращению. Исследование, проведенное при помощи Министерства науки и высшего образования Российской Федерации показало, что ложная информация о коронавирусе вызвала тревогу и беспокойство среди населения, что усложняло работу медицинских служб [\[2\]](#).

3. Экономическое воздействие

Дезинформация также оказывает влияние на экономику, поскольку она может подрывать доверие к финансовым рынкам, компаниям и продуктам.

Инвестиционные решения

Ложная информация о состоянии экономики, финансовом положении компаний или перспективах рынка может привести к ошибочным инвестиционным решениям. Инвесторы могут принимать решения, основываясь на недостоверной информации, что может привести к потерям капитала и даже банкротству компаний [\[24\]](#). Например, распространение слухов о скором банкротстве крупной компании может привести к резкому падению её акций, даже если эти слухи не имеют под собой никаких оснований.

Ущерб для бизнеса

Кроме того, дезинформация может нанести прямой ущерб бизнесу. Например, распространение ложных данных о качестве продукции или услуг компании может привести к снижению её репутации и потере клиентов. Это особенно актуально для малого и среднего бизнеса, который может не обладать достаточными ресурсами для защиты своей репутации [\[16\]](#). В некоторых случаях компании вынуждены тратить значительные средства на борьбу с дезинформацией и восстановление своего имиджа.

Российские компании также сталкиваются с проблемами, связанными с дезинформацией. Малый и средний бизнес в России часто страдает от распространения ложной информации, что приводит к снижению прибыли и утрате конкурентоспособности.

4. Социальные последствия

Дезинформация может существенно влиять на социальные отношения и структуры общества, усиливая поляризацию, создавая искусственные конфликты и формируя ложные стереотипы.

Поляризация общества

Одним из наиболее заметных эффектов дезинформации является усиление социальной поляризации. Ложная информация часто используется для создания противоположных точек зрения и усиления конфликтов между различными группами населения. Например, распространение мифов о том, что одна этническая группа является источником всех проблем в обществе, может привести к росту расизма и ксенофобии. Это создаёт условия для социального напряжения и даже насилия.

Российское общество также сталкивается с проблемой поляризации, вызванной дезинформацией. Распространение ложной информации в социальных сетях

способствует росту межгрупповых конфликтов и снижению уровня взаимопонимания между различными социальными группами [\[8\]](#).

Создание искусственных конфликтов

Дезинформация также может использоваться для создания искусственных конфликтов между различными группами населения. Например, ложные данные о том, что одна профессиональная группа (например, врачи или учителя) получает слишком высокие зарплаты, могут вызвать недовольство среди других категорий работников и привести к социальным протестам. В результате общество становится более разделённым, а его способность решать общие проблемы уменьшается.

В России также наблюдаются случаи использования дезинформации для создания искусственных конфликтов. Проведенное исследование показало, что распространение ложной информации о зарплатах различных профессий может приводить к социальным волнениям и протестам [\[7\]](#).

Формирование ложных стереотипов

Наконец, дезинформация может формировать ложные стереотипы и предвзятости, которые сохраняются на долгое время. Например, распространение мифов о том, что женщины менее компетентны в определённых профессиях, чем мужчины, может привести к дискриминации и ограничению возможностей для женщин [\[9, с. 457\]](#). Это создаёт дополнительные барьеры для равноправия и социальной справедливости.

Российские исследования также подтверждают наличие ложных стереотипов [\[1\]](#).

Исследование, проведенное Донским государственным аграрным университетом, показало, что распространение дезинформации о роли женщин в обществе может приводить к гендерной дискриминации и ограничению карьерных возможностей [\[9, с. 460\]](#).

Меры по сокращению воздействия дезинформации

Сокращение воздействия дезинформации – это сложная задача, требующая комплексного подхода на уровне индивидов, общества, технологических платформ и государств. Рассмотрим необходимые меры, которые могут быть применены для борьбы с дезинформацией:

1) Образование и повышение медиаграмотности:

- медиаграмотность: программы по обучению людей критическому мышлению и анализу информации помогут им отличать достоверные источники от фейковых новостей. Важно уметь распознавать манипулятивные техники, такие как вырванные из контекста цитаты или поддельные фотографии;

- финансирование образовательных программ: школы и университеты должны включать в свои программы модули по медиаграмотности, чтобы ученики и студенты могли научиться оценивать информацию и понимать механизмы распространения дезинформации [\[23\]](#).

- публичные кампании: разработка информационных кампаний, направленных на популяризацию навыков проверки информации, может помочь широкой аудитории осознать важность критического отношения к новостям.

2) Регулирование социальных сетей и цифровых платформ:

- усиление контроля за платформами: социальные сети и другие онлайн-платформы должны нести ответственность за распространяемый контент. Это может включать обязательное использование алгоритмов для обнаружения фейковых новостей, а также прозрачные правила для рекламодателей;
- прозрачность алгоритмов: платформы должны быть более открытыми относительно того, как их алгоритмы выбирают, какие новости показывать пользователям. Это поможет минимизировать влияние информационных пузырей», где люди видят только ту информацию, которая соответствует их взглядам;
- законодательство против дезинформации: государства могут принимать законы, которые будут регулировать действия социальных сетей и обязывать их блокировать или маркировать недостоверную информацию.

3) Поддержка журналистской этики и независимости СМИ:

- создание и поддержка независимых медиа: независимые журналистские организации играют ключевую роль в предоставлении качественной и проверенной информации. Поддержка таких организаций через гранты, пожертвования или другие формы финансирования может способствовать созданию надежного информационного пространства;
- этика журналистики: журналисты должны соблюдать строгие стандарты при подготовке и публикации материалов, что включает проверку фактов и отказ от использования недостоверных источников;
- фактчекинг: развитие независимых проектов по проверке фактов (fact-checking) помогает опровергать ложные утверждения и предотвращать дальнейшее распространение дезинформации.

4) Координация между различными участниками:

- государственно-частное партнерство: власти, технологические компании и гражданское общество могут сотрудничать, чтобы разрабатывать и внедрять эффективные меры по борьбе с дезинформацией. Например, правительства могут предоставлять данные для анализа, а платформы – использовать их для улучшения механизмов фильтрации контента;
- международное сотрудничество: дезинформация часто является трансграничной проблемой. Поэтому важно координировать усилия между странами, особенно в рамках международных организаций, таких как ООН или ОБСЕ, чтобы разрабатывать единые подходы к её решению.

5) Технологические решения:

- использование искусственного интеллекта (ИИ): алгоритмы ИИ могут автоматически сканировать контент на предмет подделок, подделанных изображений или видеоматериалов («deepfake»). Такие технологии могут помочь быстрее находить и блокировать недостоверную информацию [\[31\]](#);
- системы раннего предупреждения: создание систем, которые могут быстро реагировать на массовое распространение дезинформации, позволит оперативно ограничивать её влияние;

- маркировка контента: платформы могут внедрять системы, которые помечают спорный или не проверенный контент, предупреждая пользователей о возможном риске.

6) Ответственность за создание и распространение дезинформации:

- юридическая ответственность: создание законов, которые предусматривают юридическую ответственность за намеренное распространение дезинформации, может служить сдерживающим фактором [\[34\]](#). Однако важно обеспечить соблюдение баланса между защитой свободы слова и борьбой с фейками;

- штрафы для платформ: если платформы не выполняют своих обязанностей по удалению или маркировке недостоверной информации, они могут быть подвергнуты штрафам или другим санкциям.

7) Повышение доверия к официальным источникам информации:

- прозрачность и доступность данных: Государственные органы и организации должны быть максимально открытыми в отношении своей работы и предоставлять точные данные, чтобы люди могли доверять им как источникам достоверной информации;

- коммуникация во время кризисов: во время чрезвычайных ситуаций, таких как эпидемии или стихийные бедствия, власти должны активно взаимодействовать с населением, предоставляя точную и своевременную информацию, чтобы минимизировать риск распространения дезинформации.

Заключение

В заключение, проблема дезинформации представляет собой одну из наиболее актуальных и сложных вызовов современного общества. Она затрагивает различные сферы жизни, включая политику, экономику, науку и социальные отношения, создавая значительные риски для стабильности и безопасности. Наше исследование показало, что борьба с дезинформацией требует комплексного подхода, который должен учитывать множество аспектов – от повышения медиаграмотности населения до внедрения технологических решений и создания законодательных механизмов.

Первым шагом в этом направлении является повышение медиаграмотности. Образовательные программы, направленные на развитие критического мышления и навыков анализа информации, играют ключевую роль в формировании устойчивого общества, способного противостоять манипуляциям. Важно не только обучать молодое поколение, но и продолжать образовательную работу среди взрослого населения, поскольку дезинформация может затрагивать всех без исключения.

Одновременно с этим необходимо усиливать ответственность цифровых платформ за распространяемый контент. Технологические компании должны быть более прозрачными в отношении работы своих алгоритмов и принимать активное участие в фильтрации недостоверной информации. Введение юридической ответственности за создание и распространение дезинформации, а также использование искусственного интеллекта для её обнаружения могут стать важными инструментами в этой борьбе. Однако следует помнить о необходимости соблюдать баланс между регулированием и защитой свободы слова, чтобы не ограничивать права граждан на выражение мнений.

Поддержка журналистской этики и независимости СМИ также играет важную роль. Независимые медиа-организации и проекты по проверке фактов помогают обеспечивать

доступ к достоверной информации и минимизируют влияние фейковых новостей. Государства и международные организации должны поддерживать такие инициативы, предоставляя им необходимые ресурсы и защиту от давления со стороны тех, кто заинтересован в распространении дезинформации.

Кроме того, важно развивать международное сотрудничество в борьбе с дезинформацией. Поскольку эта проблема часто имеет трансграничный характер, координация усилий между различными странами и организациями может значительно повысить эффективность принятых мер. Создание глобальных стандартов и практик, а также обмен опытом и знаниями между участниками процесса являются важными шагами на пути к успешному решению проблемы.

Наконец, стоит отметить, что дезинформация будет продолжать эволюционировать вместе с развитием технологий. Поэтому необходимо уделять внимание постоянному совершенствованию стратегий и методов борьбы с ней. Исследования в области новых форм дезинформации, таких как «deepfake» видео и автоматизированные бот-сети, а также разработка соответствующих технологий для их обнаружения и предотвращения должны стать приоритетными задачами научного сообщества.

Таким образом, борьба с дезинформацией – это многогранная и постоянно развивающаяся задача, которая требует системного подхода и совместных усилий различных участников. Только через объединённые действия граждан, государств, технологических компаний и международных организаций можно добиться существенных результатов в этой сфере. Важно помнить, что успех в борьбе с дезинформацией зависит не только от внедрения конкретных мер, но и от изменения культурных норм и установок, которые способствуют формированию общества, основанного на доверии и взаимоуважении.

Библиография

1. Бартенев Д.Г. Запрещённые профессии для женщин: новый повод для диалога Конституционного Суда России и Комитета ООН? / Д.Г. Бартенев // Международное правосудие. – 2016. – № 3(19). – С. 37–47. – DOI: 10.21128/2226-2059-2016-3-37-47.
2. Буркова В.Н., Бутовская М.Л. Коронафобия, инфодемия и фейки во время COVID-19 / В.Н. Буркова, М.Л. Бутовская // Сибирские исторические исследования. – 2023. – № 2. – С. 55–75. – DOI: 10.17223/2312461X/40/3.
3. Деревянченко А.А. Фальсификации на выборах в Государственную думу VIII созыва в фокусе социальных сетей / А.А. Деревянченко // E-Scio. – 2022. – № 9(72). – С. 76–82.
4. Зотова Л.А., Четвертакова С.И. Анализ частоты самостоятельного использования пациентами с ревматологической патологией средств нетрадиционной и альтернативной медицины в амбулаторной клинической практике / Л.А. Зотова, С.И. Четвертакова // Современные проблемы науки и образования. – 2023. – № 2.
5. Лескова И.В., Зязин С.Ю. Недоверие к вакцинации как информационный вброс / И.В. Лескова, С.Ю. Зязин // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2021. – № 29(1). – С. 37–40. – DOI: 10.32687/0869-866X-2021-29-1-37-40.
6. Матюк Ю.С. Угрозы цифровой среды в контексте поддержания доверия к государственным институтам / Ю.С. Матюк // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. – 2023. – Т. 25, № 2. – С. 50–55. – DOI: 10.24866/1813-3274/2023-2/50-55.
7. Мурашева С.В. Социальные конфликты как причины и следствия противоречий в российском обществе / С.В. Мурашева // Society and Security Insights. – 2021. – № 2. – С. 151–164. – DOI: 10.14258/ssi(2021)2-12.

8. Панищев А.Л., Сапронов А.В. Факторы социальной поляризации / А.Л. Панищев, А.В. Сапронов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2019. – Т. 9, № 4(33). – С. 175–182.
9. Федоров В.Х., Шейхова М.С., Сафонова С.Г., Кувичкин Н.М. Влияние гендерных стереотипов на формирование и эффективность функционирования российского рынка труда / В.Х. Федоров, М.С. Шейхова, С.Г. Сафонова, Н.М. Кувичкин // Московский экономический журнал. – 2021. – № 12. – С. 447–453. – DOI: 10.24412/2413-046X-2021-10724.
10. Фельдман П.Я., Федякин А.В., Ежов Д.А. Технологии вмешательства в выборы: научное осмысление в поисках семантической определенности / П.Я. Фельдман, А.В. Федякин, Д.А. Ежов // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2019. – № 50. – С. 210–218. – DOI: 10.17223/1998863x/50/18.
11. Фролова В.И. Провокативные стратегии в заголовочном комплексе медиатекста: этический аспект / В.И. Фролова // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2018. – Т. 1, № 1. – С. 152–162.
12. Allcott H., Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election / H. Allcott, M. Gentzkow // Journal of Economic Perspectives. – 2017. – Vol. 31, No 2. – P. 211–236. – DOI: 10.1257/jep.31.2.211.
13. Bakshy E., Messing S., Adamic L.A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook / E. Bakshy, S. Messing, L.A. Adamic // Science. – 2015. – Vol. 348, No 6239. – P. 1130–1132. – DOI: 10.1126/science.aaa1160.
14. Benkler Y., Faris R., Roberts H., Zuckerman E. Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics / Y. Benkler et al. – Oxford University Press, 2018. – 528 p.
15. Chesney B., Citron D.K. Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security / B. Chesney, D.K. Citron // California Law Review. – 2019. – Vol. 107, No 6. – P. 1753–1790.
16. Eagly A.H., Karau S.J. Role congruity theory of prejudice toward female leaders / A.H. Eagly, S.J. Karau // Psychological Review. – 2002. – Vol. 109, No 3. – P. 573–598. – DOI: 10.1037/0033-295X.109.3.573.
17. Grady R.H., Ditto P.H., Loftus E.F. Nevertheless, partisanship persisted: fake news warnings help briefly, but bias returns with time / R.H. Grady, P.H. Ditto, E.F. Loftus // Cognitive Research: Principles and Implications. – 2021. – Vol. 6, Article 52. – DOI: 10.1186/s41235-021-00315-z.
18. Guess A.M., Nagler J., Tucker J.A. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook / A.M. Guess, J. Nagler, J.A. Tucker // Science Advances. – 2019. – Vol. 5, No 1. – DOI: 10.1126/sciadv.aau4586.
19. Howard P.N., Kollanyi B., Bradshaw S., Neudert L.-M. Social media, news and political information during the US election: Was there a bot problem? [Electronic resource] / P.N. Howard et al. // Oxford Internet Institute. – URL: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/research/us-political-bots/> (дата обращения: 29.01.2025).
20. Iyengar S., Sood G., Lelkes Y. Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization / S. Iyengar, G. Sood, Y. Lelkes // Public Opinion Quarterly. – 2012. – Vol. 76, No 3. – P. 405–431. – DOI: 10.1093/poq/nfs038.
21. Levitsky S., Ziblatt D. How Democracies Die / S. Levitsky, D. Ziblatt. – Crown, 2018. – 320 p.
22. McChesney R.W., Nichols J. The Death and Life of American Journalism: The Media Revolution that Will Begin the World Again / R.W. McChesney, J. Nichols. – Nation Books, 2010. – 288 p.

23. McGrew S., Breakstone J., Ortega T., Smith M., Wineburg S. Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning / S. McGrew et al. // Theory & Research in Social Education. – 2018. – Vol. 46, No 2. – P. 165–193. – DOI: 10.1080/00933104.2017.1416320.
24. Mutz D.C. Hearing the Other Side: Deliberative versus Participatory Democracy / D.C. Mutz. – Cambridge University Press, 2006. – 328 p.
25. Newman N., Fletcher R., Schulz A., Andi S., Nielsen R.K. Reuters Institute Digital News Report 2020 [Electronic resource] / N. Newman et al. // Reuters Institute for the Study of Journalism. – URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (дата обращения: 29.01.2025).
26. Norris P. Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide / P. Norris. – Cambridge University Press, 2001. – 312 p.
27. Nyhan B., Reifler J. The effect of fact-checking on elites: A field experiment on US state legislators / B. Nyhan, J. Reifler // American Journal of Political Science. – 2019. – Vol. 63, No 3. – P. 547–564. – DOI: 10.1111/ajps.12423.
28. Pennycook G., Rand D.G. The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings / G. Pennycook, D.G. Rand // Management Science. – 2019. – Vol. 66, No 11. – P. 4944–4957. – DOI: 10.1287/mnsc.2019.3478.
29. Roser M., Ritchie H., Ortiz-Ospina E., Hasell J. Coronavirus Pandemic (COVID-19) [Electronic resource] / M. Roser et al. // Our World in Data. – URL: <https://ourworldindata.org/coronavirus> (дата обращения: 29.01.2025).
30. Shiller R.J. Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events / R.J. Shiller. – Princeton University Press, 2019. – 352 p.
31. Silverman C. Lies, damn lies, and viral content: How news websites spread (and debunk) online rumors, unverified claims, and misinformation [Electronic resource] / C. Silverman // Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. – URL: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8QF8NFJ> (дата обращения: 29.01.2025).
32. Tandoc E.C., Lim Z.W., Ling R. Defining «fake news» / E.C. Tandoc, Z.W. Lim, R. Ling // Digital Journalism. – 2018. – Vol. 6, No 2. – P. 137–153. – DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143.
33. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online / S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral // Science. – 2018. – Vol. 359, No 6380. – P. 1146–1151. – DOI: 10.1126/science.aap9559.
34. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making [Electronic resource] / C. Wardle, H. Derakhshan // Council of Europe. – URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and/1680767afe> (дата обращения: 29.01.2025).
35. West J. Deepfakes and the new disinformation war: The coming age of post-truth geopolitics [Electronic resource] / J. West // Foreign Affairs. – URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2019-01-15/deepfakes-and-new-disinformation-war> (дата обращения: 29.01.2025)

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Тема рецензируемой статьи – «Дезинформация в средствах массовой информации:

проблемы, вызовы и пути решения» - имеет большой потенциал, а ее актуальность не вызывает сомнений. Значимость исследования обусловлена и научными, и социокультурными, и политическими факторами. Автор статьи выявляет те вызовы в сфере информации, которые направлены на современное общество и определяют специфику современной медиакоммуникации, показывает, как изменился информационный поток, выявил в нем зоны риска.

Автор статьи справедливо отмечает возросшую роль СМИ в формировании общественного мнения и восприятия реальности, при этом фиксирует как значимую угрозу возросший поток дезинформации, которую определяет как «преднамеренно созданные или искажённые сообщения, которые вводят людей в заблуждение», и подчеркивает ее манипулятивную природу. При этом автор статьи ставит перед собой задачу не только зафиксировать значимость данной проблемы в условиях глобализации и развития цифровых технологий, но и выработать методы борьбы с дезинформацией.

Статья очень хорошо структурирована. В ней четко определены предмет и цель исследования. Отдельно не прописаны методы исследования, но единство методологической базы проясняется из хода самого анализа и списка литературы (отметим, что статья хорошо фундирована, однако почему-то ссылка на источник 33 дается не так, как все остальные). Статья опирается на основательную теоретическую базу – в списке литературы указано 35 источников, 24 из которых – иностранные; таким образом, автор статьи учитывает не только отечественный, но и мировой опыт борьбы с дезинформацией.

В основной части статьи освещаются причины распространения дезинформации, показано, как она влияет на общество, какие меры по сокращению воздействия дезинформации могут быть эффективно использованы. В заключении даны развернутые выводы, которые полно представляют основное содержание работы.

Важно, что автор рассматривает проблему комплексно: показывает, что дезинформация влияет на разные сферы деятельности человека (политическую: формирует общественное мнение, влияет на избирательные процессы, подрывает авторитет власти; жизнеобеспечивающую – подробно освещено, как дезинформация распространяется в сфере здравоохранения; экономическую и т. д.), является реальной угрозой, а меры, которые он предлагает, разнонаправлены, особый акцент в них сделан на формировании медиаграмотности, умений в области восприятия информации.

Статья на значимости поставленной проблемы, характеру ее репрезентации, практической ориентированности представляет собой в чем-то даже новаторское исследование, которое будет востребовано не только в науках, связанных со СМИ и медиа, теорией коммуникации, политических исследованиях, но и в практической деятельности. Также результаты и выводы будут интересны и широкому кругу читателей, так как позволят сформировать инструментарий по оценке того информационного потока, в который он погружен, позволит выработать критерии разграничения достоверной и недостоверной информации.

Статья рекомендуется к публикации.

Litera

Правильная ссылка на статью:

Чжоу Ш. Создание эффекта присутствия в мобильных трансляциях основных СМИ во время чрезвычайных событий // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72507 EDN: MHLEWA URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72507

Создание эффекта присутствия в мобильных трансляциях основных СМИ во время чрезвычайных событий

Чжоу Шэннань

ORCID: 0009-0003-0071-7861

аспирант; институт Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, линия 26, В.О., 7, кв. 12

✉ 3272613629@qq.com



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72507

EDN:

MHLEWA

Дата направления статьи в редакцию:

29-11-2024

Аннотация: В эпоху мобильного Интернета интеллектуальные устройства предоставляют возможность быстро распространять информацию. В условиях чрезвычайных ситуаций основные средства массовой информации используют мобильные технологии для оперативного освещения событий через прямые трансляции, что стало важным каналом информирования общества. Мобильная прямая трансляция делится на быструю и медленную в зависимости от обновления контента и взаимодействия с аудиторией. Интеграция технологий дополненной и виртуальной реальности усиливает эффект присутствия, позволяя создать более тесную связь между зрителями и пострадавшими. Однако это также предъявляет новые требования к профессионализму журналистов и достоверности предоставляемой информации, что может привести к распространению слухов. Основная цель данной работы – исследовать, как основные СМИ формируют эффект присутствия в мобильных трансляциях, анализируя режим подачи контента, технологии обновления и мобилизацию аудитории. Данное исследование выявляет пробелы в теоретической базе построения ощущения присутствия в прямом эфире на

основе систематического обзора литературы по данной теме. Применяются кейс-стадии, эмпирические исследования и контент-анализ для изучения коммуникационных характеристик современных технологий и их влияния на эффективность информирования в мобильном вещании во время чрезвычайных ситуаций. Эмпирическое исследование показывает, что мобильные прямые трансляции имеют ряд преимуществ: во-первых, переноска и съёмка становятся более гибкими, что снижает нагрузку на журналистов; во-вторых, объектив позволяет фиксировать происходящее с различных ракурсов и осуществлять разнообразные прямые трансляции; в-третьих, непрерывное присутствие мобильного репортажа в режиме реального времени минимизирует потерю актуальной информации, повышая полноту и достоверность содержания о чрезвычайных ситуациях. Очевидно, что гибкость мобильного оборудования и многомерный характер прямых трансляций значительно увеличивают доверие аудитории к СМИ. В связи с этим основным СМИ необходимо адаптироваться к современным вызовам и непрерывно улучшать качество новостного освещения, чтобы эффективно защищать общественный интерес и удовлетворять потребности своей аудитории.

Ключевые слова:

эра Интернета, интеллектуальные устройства, С М И, мобильная прямая трансляция, чрезвычайные ситуации, эффект присутствия, авторитет информации, профессиональные навыки репортера, новостные репортажи, массовое общественное мнение

Введение

«Средства массовой информации – это внешние расширения человека», и производное развитие всех СМИ заключается в удовлетворении индивидуальных потребностей аудитории [1]. В условиях всеобъемлющей медийной среды традиционные СМИ утратили свою единственную форму освещения чрезвычайных ситуаций. Своевременность распространения информации и полное восстановление подлинности событий не способны оправдать ожидания аудитории и удовлетворить потребности людей в информации [2]. Согласно теории Шеридана об эффекте присутствия, аудиовизуальные СМИ могут создавать более мощное ощущение присутствия, чем традиционные СМИ, благодаря обратной связи в реальном времени и представлению событий на месте [3]. Развитие современных технологий вывело мобильные прямые трансляции на передний план в истории медиа.

Современные технологии мобильного прямого вещания эффективно интегрированы в освещение последних новостей благодаря многостороннему взаимодействию с различными группами аудитории и успешному сотрудничеству с традиционными основными СМИ. Это сочетание не только естественным образом соединяет авторитет и своевременность освещения актуальных событий, но и способствует установлению благоприятных интерактивных отношений, которые дополняют и развивают друг друга. Благодаря одновременному получению контента и репортажей, а также своевременному взаимодействию с пользователями онлайн, мобильная прямая трансляция значительно усиливает ощущение сопричастности и достоверности новостей [4]. Таким образом, создание ощущения присутствия во время мобильной прямой трансляции и стремление передать аудитории атмосферу места происшествия, чтобы они могли более интуитивно понять суть и значение события, становится главной задачей современных СМИ в освещении чрезвычайных ситуаций.

Целью данной статьи является всесторонний анализ практики репортажей в прямом эфире в СМИ в условиях чрезвычайных ситуаций, а также изучение факторов, влияющих на формирование ощущения присутствия, с целью предоставления теоретических и практических рекомендаций по реагированию на информационные вызовы и удовлетворению массовых потребностей в будущих чрезвычайных ситуациях.

Методы и методология: данное исследование выявляет пробелы в теоретической базе построения ощущения присутствия в прямом эфире на основе систематического обзора литературы по данной теме. Используется комплексный метод научного исследования, включающий кейс-стадии, эмпирические исследования и контент-анализ, для выявления коммуникационных характеристик различных современных технологий и их влияния на эффективность информирования путем анализа особенностей передачи информации через различные каналы в режиме мобильного вещания во время чрезвычайных ситуаций.

Теоретической основой данной научной работы стали исследования зарубежных ученых, таких как М. Маклюэн, Лю Чжи, Ма Фанфэй, Чжан Синьхуэй, Лян Шуан, Юй Гуомин, Юань Цзинянь, Ся Лу, Лю Тао, Хуан Тин, Thomas B. Sheridan, Joe Salzman и др., охватывающие различные аспекты медиакommunikации, включая мобильную и медленную прямую трансляцию. Среди российских исследователей использованы работы М. О. Уваровой, И. А. Куксина, О. В. Мялковской, Н. В. Макарушкиной, М. Н. Королевой и других, рассматривающие дискурсивные практики конструирования чрезвычайных ситуаций в прессе, коммуникационные приоритеты СМИ при освещении ЧС, а также подходы российских онлайн-СМИ к описанию травмогенных событий. Однако среди российских работ в основном преобладают исследования о печатных СМИ.

Результаты исследования

В традиционных основных СМИ существуют строгие процедуры обработки новостей и информации, начинающиеся с интервью репортеров на месте, через экспорт данных, редактирование контента, проверку фактов и заканчивающиеся выпуском новостей, где каждое звено является обязательным, что гарантирует высокое качество контента [5]. Однако срочность, сложность и неопределенность чрезвычайных ситуаций сводят на нет многие преимущества большинства СМИ в освещении таких событий. Конкуренция между СМИ приводит к появлению противоречивых и искаженных сообщений.

Одной из самых трагичных страниц в современной истории России стал теракт в московском театре на Дубровке в 2002 г. В условиях медийной конкуренции телеканал «Россия» оказался последним основным СМИ, сообщившим об инциденте. Позже ведущий «Вестей» Сергей Брилев объяснил задержку на «России» тем, что в первые минуты информация была противоречивой, и сотрудники канала ждали официальных подтверждений [6].

В процессе обработки, записи и трансляции информационного контента в традиционных СМИ иногда происходят необоснованные правки и удаления [7]. Чрезвычайные ситуации имеют всеобъемлющий характер, что затрудняет определение и прогнозирование того, какой контент является полезным, а какой – бесполезным [8]. Слепое и произвольное редактирование контента приводит к отсутствию подробной информации [9]. Учитывая, что аудитория не получает более полной информации, она не в состоянии с психологической точки зрения адекватно оценить тенденцию возникновения чрезвычайных ситуаций. Когда нарушаются отношения и эмоции, слухи быстро

распространяются, что, в свою очередь, ведет к формированию субъективного и иррационального общественного мнения. Таким образом, основным СМИ необходимо изучить, как избежать отставания в распространении информации и предотвратить возникновение слухов, связанных с первопричиной событий.

Несмотря на то, что в настоящее время средства массовой информации используют «непрерывные» короткие выпуски новостей в режиме реального времени в чрезвычайных ситуациях, чтобы компенсировать отставание в традиционном освещении таких событий, как COVID-19, лесные пожары в Австралии, сброс радиоактивной воды с японской АЭС Фукусима, израильско-палестинский конфликт и другие кризисы, этого все еще недостаточно для удовлетворения чувства сопричастности аудитории. Получение информации постфактум не идет ни в какое сравнение с вовлечением в события в режиме реального времени. Система мобильного прямого вещания сформировалась в связи с острой потребностью аудитории в синхронизированной информации и одновременных чувствах.

Создание мобильной прямой трансляции чрезвычайных ситуаций в основных средствах массовой информации восходит к эпохе телевизионного вещания 1950-х гг., когда телевизионные сети начали транслировать спортивные события, политические выступления и другие мероприятия в прямом эфире с помощью технологии видеомоделирования. Однако из-за технологических ограничений охват и доступность этого контента в прямом эфире были ограничены [\[10\]](#). Хотя СМИ в то время решительно отвергали эту форму, считая ее поверхностной, тривиальной и неполной [\[11\]](#). Тем не менее, её развитие по-прежнему вызывало интерес у общественности, особенно после спасения Джессики МакКлор в 1987 г., войны в Персидском заливе в 1991 г., терактов 11 сентября 2001 г. и других крупных событий в режиме реального времени, после чего влияние этой формы СМИ стало значительно заметным.

Прямой эфир быстро стал источником информации, на который полагались зрители и которым они делились. Это обеспечивало обществу общий набор фактов и беспрецедентный опыт участия, а также способствовало широкому обсуждению и дебатам.

Тем не менее, в то время наибольшей возможностью для прямых репортажей был ENG (Electronic Newsgathering, или электронная журналистика). Этот термин был введен телевизионными новостными отделами США, которые в 1970-х гг. начали переход от сбора новостей на основе киноплёнки к электронным полевым технологиям. Он включал в себя как одного репортера с одной видеокамерой, так и целую телевизионную группу, работающую с грузовика на месте событий.

Эволюция инструментов открыла новую эру интеграции различных форм прямой трансляции чрезвычайных ситуаций. Согласно данным немецкой исследовательской компании Statista, по состоянию на октябрь 2024 г. в мире насчитывалось 7,41 миллиарда пользователей мобильных телефонов [\[12\]](#), в то время как число пользователей Интернета и социальных сетей составляло 5,52 миллиарда и 5,22 миллиарда соответственно [\[13\]](#).

Согласно данным о загрузках приложений на таких знаковых веб-сайтах, как Android и iOS, популярные новостные приложения с высоким уровнем загрузки с мобильных устройств в последние годы включают в себя следующие: BBC News, Flipboard, Apple News, New York Times, CNN News, Yahoo News и другие. Некоторые из этих клиентских приложений принадлежат традиционным СМИ, таким как BBC News; некоторые – веб-

порталам, таким как Yahoo News; а некоторые принадлежат агрегированным веб-сайтам, таким как Flipboard [\[14\]](#). Однако на данный момент большинство из них активно работают в социальных сетях, включая Twitter, Facebook и Instagram. Авторитетные основные СМИ, в частности BBC News, The New York Times и CNN News, ведут непрерывные прямые мобильные трансляции на своих аккаунтах в социальных сетях, особенно когда возникают срочные новости.

Эти данные показывают, что мобильные интернет-терминалы стали основным каналом получения информации людьми. Появление социальных сетей и специализированных клиентских приложений способствовало возникновению разнообразных форм освещения новостей. Прямые трансляции начали перемещаться из стационарных студий на место событий [\[15\]](#), а сложное оборудование трансформировалось в оптимизированные смарт-продукты. Зрители могут использовать мобильные устройства для своевременной передачи и распространения полученной информации в своих кругах. Такой способ обмена информацией сформировал эффект автономного участия аудитории в круговой коммуникации, значительно расширив широту и скорость распространения информации, а также обеспечив зрителям активное участие в освоении опыта на месте событий.

Присутствие является неизбежным развитием медиаконвергенции, что означает подлинность новостных сообщений и доступ к информации из первых уст. Это, безусловно, включает в себя своевременный выпуск срочных новостей, а также дает возможность СМИ использовать достоверную информацию для защиты от слухов в Интернете и восстановления первоначального контекста новостей [\[16\]](#).

Томас В. Шуберт определяет присутствие как «ощущение присутствия в виртуальной среде» [\[17\]](#). Присутствие также отражает степень, в которой человек ощущает себя погруженным в иммерсивную среду [\[18\]](#). Эта концепция предоставляет важную теоретическую основу для понимания многогранной ценности мобильных прямых трансляций. Можно утверждать, что мобильная прямая трансляция эффективно формирует у аудитории ощущение присутствия на месте, используя такие средства, как мгновенная обратная связь, интерактивность и визуальное присутствие, что позволяет им глубже ощущать непосредственную связь с происходящими событиями и становиться частью информационного потока.

Исходя из скорости обновления контента мобильной прямой трансляции и различных способов взаимодействия с аудиторией, мобильные прямые трансляции можно разделить на две основные формы – быструю прямую трансляцию и медленную прямую трансляцию.

«Быстрые прямые трансляции» часто демонстрируют динамичные сцены неожиданных событий, предоставляя зрителям опыт в реальном времени, который отражает срочную атмосферу ситуации через быстрый темп. Последняя партия американских войск была выведена из Афганистана в 2021 г., и талибы вновь захватили страну спустя 20 лет. Этот инцидент привлек внимание всего мира. Включая BBC, CNN и ряд ведущих СМИ, изменения в ситуации в Афганистане освещаются с помощью мобильных быстрых прямых трансляций, показывающих сцену эвакуации из аэропорта и реакцию людей. В то же время медиаплатформы поощряют глобальную аудиторию делиться своими взглядами и пониманием инцидента через прямые трансляции. Благодаря взаимодействию между аудиторией и средствами массовой информации многие мнения получили широкое распространение, что привело к оживленной дискуссии внутри сообщества о ситуации в Афганистане на глобальном уровне.

В значительной степени быстрая прямая трансляция адаптируется к быстро меняющемуся образу жизни современных людей, удовлетворяя разрозненные потребности пользователей в получении информации и делая трансляцию новостей очень гибкой и удобной. В случае чрезвычайных ситуаций, таких как стихийные бедствия, транспортные происшествия, массовые инциденты в области здравоохранения, террористические атаки и другие, первая сцена может быть представлена зрителям в формате быстрой прямой трансляции. Эта форма прямой трансляции, ориентированная на восприятие событий в режиме реального времени и непосредственно с места происшествия, часто требует от репортеров оперативного реагирования: предоставления необходимых базовых знаний в реальном времени, проведения интервью с людьми, имеющими отношение к событию, а также точных комментариев о происшествии и так далее. Освещение чрезвычайных ситуаций ставит журналистов перед профессиональным испытанием, требуя быстро подготовить и передать оригинальный фактографический материал с комментариями свидетелей и экспертов, а телевизионным репортерам необходимо также обеспечить соответствующий видеоряд, соблюдая строгие требования к его содержанию [\[19\]](#). Все это направляет мысли публики и способствует циклу общения с аудиторией. Кроме того, благодаря тому, что репортеры выполняют руководящую роль, информация представляется интуитивно понятной, что не только делает новостные репортажи более прозрачными и заслуживающими доверия, но и создает лучшую интерактивную атмосферу среди аудитории, усиливая чувство близости.

Несмотря на позднее внедрение мобильных видеотрансляций в практику, развитие этой сферы происходит очень быстро, что приводит к неравномерному формированию бизнес-навыков у ряда новых журналистов. Даже некоторые крупные медиаорганизации в краткие сроки не всегда способны обеспечить высокий уровень профессионализма и достаточный практический опыт, что затрудняет их адаптацию к различным ситуациям, требующим оперативного реагирования от репортера.

Некоторые репортеры на местах приходят из традиционных СМИ и, хотя они обладают определенными профессиональными знаниями в области составления репортажей, они легко подчиняются установленным правилам и предписаниям, что приводит к недостаточной мотивации для вовлечения аудитории [\[20\]](#). Это, в свою очередь, влияет на объем видеотрафика. Подобная ситуация неизбежно приводит к снижению ощущения присутствия у зрителей. Когда репортер не способен адекватно понимать динамику новостей, важную для аудитории, и не может уловить суть происходящего, у зрителей возникает чувство потери, а ощущение участия, соответственно, снижается.

М.Н. Королева считает, что репортажи с высоким «Участием людей» демонстрируют стиль издания, который использует реальные истории граждан и формирует неиерархичные отношения с аудиторией, что способствует объективному освещению стрессогенных событий, включая мнения властей и простых людей [\[21\]](#).

«Медленная прямая трансляция» рассматривается как дополнительная форма к быстрой прямой трансляции. В этом виде прямых трансляций обычно отсутствуют ведущий, музыка, комментарии-субтитры, монтаж и переключение камер; лишь камера наблюдения или стационарная камера фиксируют события, демонстрируя более реалистичную картину происходящего [\[22\]](#). Данный формат компенсирует некоторые недостатки репортерской мобильной прямой трансляции: ему трудно уделять внимание всему процессу в течение длительного времени, и сложно оставаться на месте событий для съемки продолжительное время. Иными словами, медленная прямая трансляция реализует весь процесс предоставления контента без необходимости присутствия людей,

что побуждает аудиторию мыслить самостоятельно, дарит ей живой опыт и обеспечивает удобство сбора информации средствами массовой информации.

На самом деле, медленная прямая трансляция изначально не предполагалась как форма освещения чрезвычайных ситуаций; она в основном использовалась для съемки природных и антропогенных ландшафтов. С помощью соответствующего оборудования реальная сцена фиксировалась в режиме реального времени в течение длительного времени и представлялась в своем первоначальном виде. Условно говоря, сообщения о чрезвычайных ситуациях обычно требуют быстрого и своевременного распространения информации, что делает формат быстрой прямой трансляции более подходящим. Однако в некоторых случаях концепция медленной прямой трансляции оказывается более применимой к подобным сообщениям. Особенно это актуально в период после инцидента, когда необходимо длительное время отслеживать ситуацию или непрерывно наблюдать за ее развитием. Несмотря на то, что медленная прямая трансляция часто не появляется в первых кадрах сообщений о чрезвычайных ситуациях, она сосредоточена на глубоком анализе контента, используя медленный и захватывающий формат, чтобы зрители могли максимально подробно рассмотреть каждую деталь события с течением времени.

Китай является одной из первых стран, которые попытались интегрировать формат медленной прямой трансляции в репортаж о некоторых текущих событиях. 25 января 2020 г. в Ухане, в рамках китайского командования по предотвращению и борьбе с COVID-19, состоялось плановое совещание, где было принято решение о строительстве больницы Лейшеншань, специально предназначенной для борьбы с тяжелой эпидемиологической ситуацией. Это было сделано с целью увеличения медицинских ресурсов, облегчения нагрузки на систему здравоохранения и обеспечения своевременного лечения большего числа пациентов.

Во время строительства больницы Лейшеншань «China Media Group Mobile» запустила медленную прямую трансляцию. В процессе просмотра зрители становились «облачными наблюдателями», обращая внимание в режиме реального времени на события на строительной площадке и различные детали, что способствовало высокой степени взаимодействия и участия. Это приводило к эмоциональному резонансу от совместного наблюдения за «эпидемией войны» и формировало интегрированный коммуникационный резонанс в виде «присутствия – участия – резонанса». Именно в этом эмоциональном резонансе аудитория формирует идентичность с такими группами, как «облачные наблюдатели», которые создают и делятся информацией, мнениями и эмоциями, получая взамен эмоциональную энергию, например уверенность в борьбе с эпидемией. «Облачный наблюдатель» создает уникальную коллективную память, укрепляет идентичность и дарит пользователям уникальное чувство участия и товарищества.

Проанализировав быстрые и медленные прямые трансляции с мобильных устройств, мы увидели их уникальный баланс в освещении чрезвычайных ситуаций. Как упоминалось ранее, прямая трансляция «Kuai» помогает зрителям лучше осознать всю картину происходящего благодаря своей непосредственности и руководству репортеров. С другой стороны, медленная прямая трансляция (slow live broadcast) использует непрерывное отслеживание и углубленный анализ для формирования долгосрочных дружеских отношений с аудиторией. Интеграция этих двух методов обеспечивает более разнообразный способ подачи новостей и демонстрирует новую тенденцию в распространении информации.

В настоящее время, с появлением различных новых технологий, эта тенденция получила

дальнейшее развитие, и ощущение присутствия аудитории в чрезвычайных ситуациях значительно улучшилось. Новые цифровые пространства постоянно формируются, а такие технологии, как дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR), всесторонне развиваются и специализированно применяются для улучшения пользовательского опыта и погружения [\[23\]](#).

Дополненная реальность (Augmented Reality, AR) добавляет новые черты к реальному миру, позволяя людям взаимодействовать с физической средой, получая дополнительную информацию от своих устройств или приложений дополненной реальности. Виртуальная реальность (Virtual Reality, VR) – это созданный компьютером мир, к которому можно получить доступ с помощью иммерсивных устройств, таких как шлемы, перчатки и наушники. Информация, которую она предоставляет, может включать изображения, звуки, а также тактильные ощущения, запах и даже вкус [\[24\]](#).

Эти технологии использовались во время недавних президентских выборов в США. CBS, одна из трех крупнейших национальных коммерческих вещательных телесетей США, заявила: «В преддверии этих исторических выборов мы стремимся сделать наших зрителей ближе к истории, чем когда-либо прежде. Используя нашу революционную технологию AR/VR, мы не только освещаем выборы, но и погружаем наших зрителей в атмосферу, которая дает им беспрецедентный доступ к событиям, данным и знаниям, определяющим нашу демократию». Telemundo, второй по величине испаноязычный телеканал в США, напротив, впервые использует технологию виртуальной реальности в своих репортажах. Джон Перес, старший вице-президент по производству новостей и техническим операциям корпоративной сети, сказал в интервью: «Мы создали великолепную интерактивную студию в самом сердце Telemundo. Используя возможности виртуальной и дополненной реальности, мы сможем рассказать о голосовании в ночь выборов в увлекательной форме» [\[25\]](#). Эти средства предоставляют трехмерные карты и данные о бюллетенях, чтобы помочь зрителям лучше понять процесс и результаты выборов. Такая интерактивность не только улучшает подачу информации, но и обеспечивает яркие визуальные эффекты.

При мобильном освещении кризисных событий в прямом эфире совместная работа технологий AR и VR позволяет накладывать виртуальную информацию в режиме реального времени, такую как местоположение события, ключевые объекты и соответствующий персонал. Кроме того, благодаря технологии трехмерной прямой трансляции зрители могут самостоятельно выбирать угол обзора. Эта управляемая аудиторией сцена в реальном времени делает прямой репортаж более насыщенным и трехмерным, позволяя зрителям лучше понять реальную подоплеку содержания репортажа.

Технологии AR и VR аналогичным образом использовались при освещении палестино-израильского конфликта с целью улучшения понимания и сочувствия к последствиям этого конфликта. При освещении израильско-палестинского конфликта ведущие СМИ, такие как CNN и NBC, при технической поддержке создали трехмерную модель зоны конфликта, что позволило аудитории провести виртуальную экскурсию. В реалистичном, динамичном пространстве, созданном этой трехмерной прямой трансляцией, исторические данные и звуковые записи, реализованные с помощью технологий, позволяют воспроизвести сцены из жизни до и после конфликта. Зрители могут увидеть ущерб, нанесенный зданиям, с помощью мобильного объектива, а также наблюдать за окружающей обстановкой и толпой со своей точки зрения, ощущая гнев, страх и боль, вызванные конфликтом на местах. Это позволяет избежать недостатка информации,

вызванного неполными углами обзора.

Можно сказать, что популярность мобильных устройств и технологический прогресс открыли субпространственную стену между смартфоном зрителя и репортером новостей. Как только происходит экстренное новостное событие, 3D-панорамная прямая трансляция позволяет зрителям, находящимся за тысячи километров от места событий, погрузиться в виртуальную реальность и получить информацию о новостном событии через собственное восприятие и понимание. Такая ситуация не только повышает способность зрителей воспринимать происходящее, но и позволяет их пяти чувствам и психологическим ощущениям в пространстве и времени бесконечно расширяться, по-настоящему переживая эмоции, содержащиеся в экстренных новостях.

Еще одна отличительная особенность мобильного освещения экстренных новостей в прямом эфире – это распространение контента гражданских журналистов. Как свидетели чрезвычайной ситуации, массы людей могут использовать мобильные устройства для загрузки видеозаписей в любое время с места происшествий и даже начать прямую трансляцию в качестве своего рода «личного медиа». Эта информация становится важной частью сообщений основных средств массовой информации о чрезвычайных ситуациях.

Во-первых, из-за сложного содержания чрезвычайных ситуаций и запутанных подсказок, полагаясь только на ограниченную рабочую силу и ресурсы основных средств массовой информации, нет времени принимать во внимание фрагментарную информацию. В настоящее время записи присутствующих свидетелей очень ценны для освещения в печати, что способствует интеграции новостного контента в основные СМИ и его распространению.

Во-вторых, аудитория активно участвует в освещении чрезвычайных ситуаций, нарушая процедуры авторитетного освещения событий по принципу «сверху вниз», присущие традиционным СМИ ^[26]. Это явление является эпохальным и новаторским. Самодостаточная модель производства контента усиливает у аудитории чувство гордости и удовлетворения, а также чувство идентичности со средствами массовой информации. Взаимная совместимость профессионалов и непрофессионалов обогащает источники информации для аудитории, делает проверку источников более эффективной и позволяет искать истину с разных точек зрения.

Наконец, участие аудитории в подготовке и распространении новостей и информации может предоставлять больше практической информации, например, в условиях сильных дождей, наводнений и т. д. Конкретное местоположение, указанное участниками, вероятно, станет важной информацией для спасения людей, оказавшихся в ловушке.

Тем не менее, использование контента, созданного аудиторией, для формирования ее восприятия требует осторожного подхода со стороны основных СМИ. Те, кто находится в центре событий, обычно первыми получают возможность передать «фрагмент» или «общий смысл» события на новые медиаплатформы с помощью мобильной прямой трансляции. При этом «первые» в большинстве случаев предшествуют тому моменту, когда о событиях узнают СМИ ^[27]. Таким образом, в большинстве чрезвычайных ситуаций «фрагмент» или «общий смысл» о происшествиях, распространяемые в новых медиа, уже оставили первое впечатление у общественности, и это первое впечатление станет важной информацией, на которую будет ориентироваться общественное мнение. Чтобы общественное мнение не пошло по ложному пути, основные СМИ должны постоянно отслеживать тон общественного мнения, который уже сформировался в

Интернете, для создания благоприятной среды контроля над развитием ситуации и последующего урегулирования инцидента. В то же время основные СМИ должны уделять больше внимания обучению и руководству своей аудиторией в своих регулярных репортажах, чтобы общественность могла правильно и рационально обрабатывать и распространять информацию.

Кроме того, мобильная трансляция «непосредственного места» поднимает новые вопросы о журналистской этике основных СМИ. Как обеспечить нейтральность и беспристрастность новостей, избежать предвзятости или позиций, вводящих общественность в заблуждение, – это вопрос, над которым должен глубоко задуматься каждый репортер и редакция новостной организации. Особенно в формате быстрого прямого вещания характер информации в реальном времени может вызывать серьезные трудности в проверке фактов и влиять на суждения журналистов. Это требует от журналистов умения действовать быстро и точно на месте, что предъявляет повышенные требования к их профессионализму и аналитическим навыкам.

При медленных прямых трансляциях чрезвычайных ситуаций необходимо обращать внимание на соблюдение конфиденциальности личной информации. Когда медленные кадры прямой трансляции в общественных местах фиксируют людей без соответствующих изменений, это может нарушить личную неприкосновенность. Однако времени на разработку медленной прямой трансляции по-прежнему недостаточно, и законы и нормативные акты, касающиеся компоновки, утверждения, дальности съемки, содержания объективов и других аспектов, нуждаются в дальнейшем совершенствовании.

Выводы и рекомендации

Необходимо признать значительные преимущества, которые технологический прогресс приносит обществу: 1) переноска и съемка становятся более гибкими, что снижает бремя журналистов и позволяет им быстро углубляться на переднюю линию, чтобы сообщить о реальной ситуации; 2) объектив является более многогранным, способен фиксировать все происходящее на сцене с различных ракурсов, а также осуществлять разнообразные прямые трансляции, такие как многоточечные соединения, что позволяет репортажам формировать горизонтальную и вертикальную сетку прямой трансляции без тупиков; 3) непрерывное присутствие мобильного репортажа в режиме реального времени позволяет минимизировать потерю актуальной информации, повышая полноту и достоверность содержимого о чрезвычайных ситуациях и удовлетворяя общественное желание получать сведения о них в режиме реального времени. Основные СМИ, опираясь на эти преимущества, открыли новые горизонты для освещения экстренных новостей, что позволило беспрецедентно удовлетворить потребность общественности в живом восприятии этих событий.

Мобильная трансляция экстренных событий в реальном времени, представляя собой совершенно новую форму новостей, служит отражением процесса демократизации как производства, так и распространения информации. Используя все возможности современных технологий, она создает у аудитории ощущение присутствия на месте происшествия. Освещение срочных новостей не только позволяет публике почувствовать эмоциональное напряжение, связанное с событием, и социальную напряженность, но и придает пользовательскому опыту ощущение сублимации. В то же время это углубляет наше понимание роли медиа в социальной динамике и актуализирует социальные ценности. Тем не менее, на данном этапе создание у ведущих СМИ эффекта присутствия во время прямых трансляций событий не является мгновенным успехом; для этого

необходимы время, накопление опыта и постоянные эксперименты. Это требует от основных СМИ необходимость тщательного мониторинга изменений, постоянного повышения медиаграмотности и навыков навигации, а также стремления к устойчивому развитию репортажей в формате прямых трансляций.

Библиография

1. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. М.: Гиперборей; Кучково поле, 2007.
2. Лю Чжи, Ма Фанфэй. Мобильное прямое вещание: производство видеонОВОСТЕЙ и реинжиниринг коммуникационных сцен // Китайский журнал радио и телевидения. 2022. № 6. С. 60–64.
3. Thomas B. Sheridan. Musings on Telepresence and Virtual Presence // Presence Teleoperators & Virtual Environments. 1992. № 1(1). Pp. 120–125.
4. Чжан Синьхуэй. Живая мобильная журналистика не должна быть такой холодной // Молодой репортер. 2021. № 22. С. 125–128.
5. Чжан Шисюань. Изменения и инновации прямого телевизионного дискурса в эпоху мобильного интернета // Энтузиаст журналистики. 2021. № 6. С. 46–48.
6. Между хайпом и здравым смыслом: как СМИ освещают чрезвычайные ситуации. РИА Новости. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://sn.ria.ru/20180614/1522453552.html> (дата обращения: 12.11.2024)
7. Уварова М. О. Дискурсивные практики конструирования чрезвычайного события в прессе / М. О. Уварова // Известия Уральского государственного университета: Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2007. Т. 52, № 22. С. 140–149.
8. Лян Шуан, Юй Гуомин. Новый ландшафт мобильных прямых трансляций: эволюция модели, эмоциональная ценность и реляционная связь // Журнал университета Сучжоу (издание по философии и социальным наукам). 2021. № 4. С. 162–171.
9. Ястремская Ю. А. Контраст как основной прием освещения чрезвычайных происшествий в медиа / Ю. А. Ястремская, Ю. А. Шуплецова // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 6(79). С. 412–414. DOI: 10.24411/1991-5497-2019-10177.
10. Live Streaming History: A Look Back at the Evolution of Real-Time Content // SchoolTube Community. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.schooltube.com/live-streaming-history-a-look-back-at-the-evolution-of-real-time-content/> (дата обращения: 06.11.2024)
11. Joe Saltzman. Broadcast essay: live television changed the way we saw the world // Journalism History. 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://journalism-history.org/2023/06/19/broadcast-essay-live-television-changed-the-way-we-saw-the-world/> (дата обращения: 06.11.2024)
12. Forecast number of mobile users worldwide from 2020 to 2025. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/218984/number-of-global-mobile-users-since-2010/> (дата обращения: 15.11.2024)
13. Number of internet and social media users worldwide as of October 2024. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (дата обращения: 15.11.2024)
14. Best News Apps for 2024. [Электронный ресурс]. URL: <https://stfalcon.com/en/blog/post/10-best-news-apps>. (дата обращения: 15.11.2024)
15. Юань Цзинянь. Медиаинтеграция в прямой трансляции экстренных новостей // Индустрия культуры. 2024. № 2. С. 91–93.
16. Шэнь Бинчжун. Изучение мобильного развития местных вещательных СМИ в перспективе платформы: на примере Цзясинской радиотелевизионной станции «Хэдианьдиан» // Журнал китайского радио и телевидения. 2023. № 5. С. 100–103.

17. Thomas W. Schubert. The sense of presence in virtual environments: A three-component scale measuring spatial presence, involvement, and realness // Medienpsychologische Methoden. 2003. No. 2. Pp. 69–71.
18. Luis Almeida, Paulo Menezes, Jorge Dias. Augmented Reality Framework for the Socialization between Elderly People // Handbook of Research on ICTs for Human-Centered Healthcare and Social Care Services, 2013. P. 19.
19. Куксин И. А. Коммуникативные приоритеты СМИ при освещении чрезвычайных ситуаций / И. А. Куксин // Век информации. 2016. № 2. С. 98–101.
20. Королева М. Н. Контент-стратегии российских онлайн-СМИ в описании травмогенных событий / М. Н. Королева // Меди@льманах. 2023. № 1(114). С. 86–93. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2023.8693.
21. Королева М. Н. Подходы российских онлайн-СМИ к описанию стрессогенных событий / М. Н. Королева // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2023. № 1. С. 93–97.
22. Ся Лу. Сценарии применения и пути развития медленной прямой трансляции в эпоху всех медиа // Медиа. 2023. № 22. С. 57–60.
23. Лю Тао, Хуан Тин. Интеграция пространственной нарративной формы и языка журналистики: на основе перспективы цифровых нарративов // Журналистика и писательство. 2023. № 2. С. 56–57.
24. В чем разница между VR и AR? // РБК. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/5db179279a79472d7aa9e58a?ysclid=m3h8i2u7e2817062251&from=copy> (дата обращения: 14.11.2024).
25. Лю Вэйхуа. Три крупнейших национальных СМИ США будут использовать AR/VR для освещения президентских выборов в США // Nweon. 2024. № 5. С. 71–78.
26. Макарушкина Н. А. Освещение в средствах массовой информации аварийной посадки A321 под Жуковским / Н. А. Макарушкина // Форум молодых ученых. 2020. № 2(42). С. 170–173.
27. Мялковская О. В. Роль "горячей линии" в период континуальных общественно значимых чрезвычайных ситуаций / О. В. Мялковская, З. И. Кекелидзе // Российский психиатрический журнал. 2006. № 1. С. 26–28.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступает феномен «эффекта присутствия» в мобильных трансляциях во время чрезвычайных событий. Отмечается, что «в условиях всеобъемлющей медийной среды традиционные СМИ утратили свою единственную форму освещения чрезвычайных ситуаций», «развитие современных технологий вывело мобильные прямые трансляции на передний план в истории медиа». Актуальность предмета исследования не вызывает сомнения и обусловлена процессами глобализации информационного пространства: «современные технологии мобильного прямого вещания эффективно интегрированы в освещение последних новостей благодаря многостороннему взаимодействию с различными группами аудитории и успешному сотрудничеству с традиционными основными СМИ». Появляющиеся в мультимедийном медиaprостранстве инновационные способы передачи информации ставят перед исследователями всё новые вопросы. Целью данной работы явился «всесторонний анализ практики репортажей в прямом эфире в СМИ в условиях чрезвычайных ситуаций, а также изучение факторов, влияющих на формирование

ощущения присутствия, с целью предоставления теоретических и практических рекомендаций по реагированию на информационные вызовы и удовлетворению массовых потребностей в будущих чрезвычайных ситуациях».

Теоретической базой научной работы послужили труды таких зарубежных исследователей, как М. Маклюэн, Лю Чжи и Ма Фанфэй, Чжан Синьхуэй, Лян Шуан, Юй Гуомин, Юань Цзинянь, Ся Лу, Лю Тао, Хуан Тин, Thomas B. Sheridan, Joe Saltzman и др., посвященные различным аспектам изучения медиакommunikации, в том числе мобильной и медленной прямой трансляции, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Библиография насчитывает 20 источников, что представляется достаточным для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики. Следует отметить, что автор(ы) апеллируют к актуальным научным трудам (изданным в последние 3 года), это еще раз подтверждает важность и перспективность представленной темы. Однако отсутствие анализа работ российских ученых в данной области ставит под сомнение утверждение, что «данное исследование выявляет пробелы в теоретической базе построения ощущения присутствия в прямом эфире на основе систематического обзора литературы по данной теме».

Методология исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер. Для выявления коммуникационных характеристик различных современных технологий и их влияния на эффективность информирования путем анализа особенностей передачи информации через различные каналы в режиме мобильного вещания во время чрезвычайных ситуаций применяются общенаучные методы анализа и синтеза, описательный и сравнительно-сопоставительный методы, метод наблюдения, контент-анализ публикаций, а также дискурс-анализ, который представляет собой совокупность взаимосвязанных подходов к изучению дискурса (в данном случае медийного) и функционирующих в нем языковых единиц, как и различных экстралингвистических аспектов. Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) выявить ряд преимуществ мобильных прямых трансляций, которые «открыли новые горизонты для освещения экстренных новостей, что позволило беспрецедентно удовлетворить потребность общественности в живом восприятии этих событий».

Результаты, полученные в ходе анализа, несомненно имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят определенный вклад в изучение особенностей современного медиаландшафта, инновационных технологий и медиа инструментов и могут использоваться в вузовских курсах по журналистике / мобильной журналистике, информационным технологиям в журналистике, психолингвистике, лингвокультурологии и т. п.

В целом, статья вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна широкому кругу лиц. Стиль изложения материала тяготеет к научному типу. Однако текст статьи нуждается в существенной авторской правке: см «из-за позднего начала мобильных видеотрансляций развитие данной сферы происходит очень быстро, что приводит к неравномерному появлению у ряда новых журналистов бизнес-способностей», «Мы должны признать выгоды технологического развития для общества», «мобильная трансляция экстренных событий в прямом эфире отражает процесс демократизации производства и распространения информации», «в настоящее время формирование у основных СМИ чувства мобильной живой сцены не является одномоментным успехом», «Это требует от основных СМИ пристального наблюдения за изменениями, ... а также стремления к здоровому развитию репортажей мобильной живой сцены» и т. д.

В данном виде рецензируемая статья (несмотря на все ее достоинства и оригинальность) не может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования рецензируемой работы нов, актуален, мало исследован. Автор обращает внимание на анализ эффекта присутствия в мобильных трансляциях основных СМИ во время ЧС. Думаю, что заданная тема должна быть научно представлена в массе критических изысканий. Работа имеет цельно-завершенный вид, методы анализа соотносятся с объективной оценкой предмета изучения. Считаю, что общая логика раскрытия темы также поддерживается на протяжении всего изыскания. Теоретическая основа конструктивна: «это исследования зарубежных ученых, таких как М. Маклюэн, Лю Чжи, Ма Фанфэй, Чжан Синьхуэй, Лян Шуан, Юй Гуомин, Юань Цзинянь, Ся Лу, Лк Тао, Хуан Тин, Thomas B. Sheridan, Joe Salzman и др., охватывающие различные аспекты медиакommunikации, включая мобильную и медленную прямую трансляцию. Среди российских исследователей использованы работы М. О. Уваровой, И. А. Куксина, О. В. Мялковской, Н. В. Макарушкиной, М. Н. Королевой и других, рассматривающие дискурсивные практики конструирования чрезвычайных ситуаций в прессе, коммуникационные приоритеты СМИ при освещении ЧС, а также подходы российских онлайн-СМИ к описанию травмогенных событий. Однако среди российских работ в основном преобладают исследования о печатных СМИ». Стиль соотносится с собственно-научным типом: например, «современные технологии мобильного прямого вещания эффективно интегрированы в освещение последних новостей благодаря многостороннему взаимодействию с различными группами аудитории и успешному сотрудничеству с традиционными основными СМИ. Это сочетание не только естественным образом соединяет авторитет и своевременность освещения актуальных событий, но и способствует установлению благоприятных интерактивных отношений, которые дополняют и развивают друг друга», или «мобильные интернет-терминалы стали основным каналом получения информации людьми. Появление социальных сетей и специализированных клиентских приложений способствовало возникновению разнообразных форм освещения новостей. Прямые трансляции начали перемещаться из стационарных студий на место событий, а сложное оборудование трансформировалось в оптимизированные смарт-продукты. Зрители могут использовать мобильные устройства для своевременной передачи и распространения полученной информации в своих кругах» и т.д. Ссылки / цитации даются в режиме установленном изданием, хотя формально это можно было сделать точнее («...»): «Томас В. Шуберт определяет присутствие как «ощущение присутствия в виртуальной среде» [17]. Присутствие также отражает степень, в которой человек ощущает себя погруженным в иммерсивную среду [18]. Эта концепция предоставляет важную теоретическую основу для понимания многогранной ценности мобильных прямых трансляций. Можно утверждать, что мобильная прямая трансляция эффективно формирует у аудитории ощущение присутствия на месте, используя такие средства, как мгновенная обратная связь, интерактивность и визуальное присутствие, что позволяет им глубже ощущать непосредственную связь с происходящими событиями и становиться частью информационного потока». Термины, которые используются по ходу работы соответствуют исследуемой области: «Тем не менее, использование контента, созданного аудиторией, для формирования ее восприятия требует осторожного подхода со стороны основных СМИ. Те, кто находится в центре событий, обычно первыми получают возможность передать «фрагмент» или «общий смысл» события на новые

медиаплатформы с помощью мобильной прямой трансляции. При этом «первые» в большинстве случаев предшествуют тому моменту, когда о событиях узнают СМИ [27]. Таким образом, в большинстве чрезвычайных ситуаций «фрагмент» или «общий смысл» о происшествиях, распространяемые в новых медиа, уже оставили первое впечатление у общественности, и это первое впечатление станет важной информацией, на которую будет ориентироваться общественное мнение» и т.д. Считаю, что тема в целом раскрыта, выводы соотносятся с основной частью; в итоге работы указано, что «мобильная трансляция экстренных событий в реальном времени, представляя собой совершенно новую форму новостей, служит отражением процесса демократизации как производства, так и распространения информации. Используя все возможности современных технологий, она создает у аудитории ощущение присутствия на месте происшествия. Освещение срочных новостей не только позволяет публике почувствовать эмоциональное напряжение, связанное с событием, и социальную напряженность, но и придает пользовательскому опыту ощущение сублимации. В то же время это углубляет наше понимание роли медиа в социальной динамике и актуализирует социальные ценности». Библиографический список полновесен, общие требования учтены, серьезная правка текста излишня. Материал можно продуктивно использовать в вузовской практике. Рекомендую статью «Создание эффекта присутствия в мобильных трансляциях основных СМИ во время чрезвычайных событий» к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Чэнь Ч. Имидж Китая в газете «Жэньминь жибао» на российской платформе VK // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.73030 EDN: KZMPDA URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73030

Имидж Китая в газете «Жэньминь жибао» на российской платформе VK

Чэнь Чжэ

ORCID: 0009-0009-2176-7650

кандидат филологических наук

аспирант; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

462321, Китай, провинция Хэнань, г. Лохэ, ул. Ханьцзян, Юньсиньбоцзюэшань

✉ zhe.chen@mail.ru



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.73030

EDN:

KZMPDA

Дата направления статьи в редакцию:

14-01-2025

Аннотация: Предметом данного исследования является анализ особенностей контента, публикуемого официальным аккаунтом «Жэньминь жибао» на платформе VK, в целях продвижения позитивного имиджа Китая среди российской аудитории. Исследование охватывает публикации с января по сентябрь 2024 года и включает тематический и количественный анализ, направленный на выявление ключевых стратегий коммуникации. Внимание уделено форматам контента, уровню вовлеченности пользователей и культурной адаптации материалов. Работа базируется на теоретических основах межкультурной коммуникации, подходах теории использования и удовлетворения, а также концепции фрейминга. Результаты подчеркивают важность локализации контента, применения мультимедийных элементов и учета культурного контекста для эффективного взаимодействия с российской аудиторией. Исследование также предоставляет рекомендации для улучшения стратегий внешней коммуникации. В исследовании используются методы контентного и тематического анализа с применением программы Popster для изучения публикаций официального аккаунта «Жэньминь жибао»

на платформе VK. Анализ направлен на выявление ключевых тем, форматов контента и уровня вовлеченности российской аудитории. Научная новизна работы заключается в разработке комплексного подхода к исследованию цифровой коммуникации на платформе VK, что позволяет выявить взаимосвязь между типом контента, форматом его подачи и уровнем вовлеченности аудитории. Использование метода тематического моделирования (LDA) для классификации публикаций подчеркивает важность персонализированных стратегий взаимодействия в условиях межкультурной коммуникации. Исследование демонстрирует, как адаптация внешнеэкономических коммуникаций к локальным культурным и когнитивным особенностям российской аудитории способствует улучшению восприятия и увеличению вовлеченности. В работе предложены практические рекомендации, включая использование геймификации, проведение интерактивных мероприятий и создание мультимедийного контента, которые помогают усилить интерес пользователей. Эти выводы способствуют расширению знаний о процессах формирования национального имиджа в условиях глобальной цифровизации. Работа может служить основой для разработки эффективных медиастратегий, учитывающих особенности культурного контекста и специфику взаимодействия на социальных платформах.

Ключевые слова:

цифровые медиа, межкультурная коммуникация, имидж, власть, Жэньминь жибао, социальная сеть, Контент-анализ, VK, Китай, коммуникационные стратегии

Введение

Имидж страны напрямую связан с ее международной репутацией и влиянием в мире. Генеральный секретарь Китая Си Цзиньпин подчеркнул: «Необходимо уделить внимание формированию национального имиджа нашей страны, акцентируя внимание на глубокой исторической ценности Китая, многонациональной гармонии и культурном разнообразии как цивилизации великой державы» (Чжао Хуэйхуэй. Представление образа Китая нового времени миру, Светлый дневник. URL: http://www.qstheory.cn/qshyix/2021-09/14/c_1127859005.htm. Дата обращения: 14.09.2021). Информационные технологии значительно ускорили процесс глобализации, создав глобальные цепочки экономической взаимозависимости, но не учитывают ценностное разнообразие стран в рамках национальной концепции, что имеет теоретическое и практическое значение [\[1, с. 160\]](#).

СМИ, ориентированные на внешние экономические связи, играют важную роль в процессе формирования международного имиджа. С XVIII съезда компартии Китая значительно улучшил свои экономические позиции и правомочие в решении международных вопросов, однако в структуре глобальной коммуникации преобладает западное влияние [\[2, с. 80\]](#). Создавшийся статус кво требует от Китая усиления коммуникационного влияния на международной арене в соответствии с экономическим потенциалом страны. В условиях цифровизации происходит глубокая трансформация традиционной базы власти, основанной на военном и, соответственно, политическом и экономическом лидерстве [\[3, с. 11\]](#). Сегодня цифровые платформы и социальные медиа становятся инструментами, которые способствуют взаимопониманию между различными культурами и цивилизациями, способствуя их интеграции. Пользовательский контент в социальных сетях предоставляет новые возможности для межкультурной коммуникации и

позволяет формировать имидж страны посредством новых медиа.

С углублением всестороннего стратегического партнерства Китая и России, формирование международного имиджа, соответствующего двусторонним отношениям, стало одной из актуальных задач китайских внешнеэкономических СМИ на российских социальных медиаплатформах, среди которых VK является одним из крупнейших и наиболее популярных [\[4, с. 96\]](#). Для реализации поставленной задачи влиятельные китайские СМИ, такие как «Жэньминь жибао», открыли официальный аккаунт на VK, где размещается и распространяется новостной контент о достижениях Китая в области экономики и культуры, и где российскому интернет-пользователю представляется реальный и живой Китай.

Цель настоящего исследования: провести контент-анализ публикаций на официальном верифицированном аккаунте «Жэньминь жибао» на платформе VK (Жэньминь жибао онлайн | Новости Китая) по темам: китайско-российское сотрудничество, экономическое развитие, традиционная культура и туризм с для выявления оптимальных коммуникационных стратегий по формированию международного имиджа Китая для российской аудитории и использованием живого пользовательского контента.

Теоретическая рамка исследования. Цифровизация сделала новые медиа важным инструментом для продвижения международного имиджа государств. В отличие от традиционных медиа, новые медиа обладают большей интерактивностью и вовлеченностью, поэтому и линейная модель международной коммуникации трансформируется в интерактивную [\[5, с. 55\]](#). Платформы социальных медиа посредством пользовательского контента (UGC) стирают границы между адресантом и адресатом. Интерактивная горизонтальная структура непосредственной коммуникации с пользователями, усиленная алгоритмами таргетинга, способствует прямому контакту. что непосредственно сказывается и на формировании позитивного международного имиджа Китая как открытой и дружелюбной страны [\[6, с. 24\]](#).

Помимо высокой интерактивности, которая позволяет пользователям в реальном времени участвовать в процессе коммуникации, цифровые медиа обладают фрагментарностью, при которой информация подается короткими модульными форматами для симультанного восприятия [\[7\]](#). Эти свойства значительно повышают циркулирование информации и формируют социальные сообщества по интересам вне политики: культура, спорт, образование, досуг и т.п. в контексте межкультурной коммуникации [\[8, с. 60\]](#).

Концепция межкультурной коммуникации была впервые предложена в книге Эдварда Холла «Безмолвный язык», где утверждается, что «культура — это коммуникация, коммуникация — это культура» [\[9\]](#). Новые медиа, являясь инфраструктурой международной коммуникации, могут быть использованы как деидеологизированный инструмент, который неявно встраивается в социальный контекст и тем самым изменяет исторический процесс социального развития [\[10, с. 150\]](#). Иными словами, социальные медиа не только создают коммуникационные мосты между людьми с различным культурным кодом, но и устанавливают идеологические связи на когнитивном уровне, что повышает восприимчивость информации и эффективность ее распространения, обеспечивая более эффективную внешнюю коммуникацию [\[11, с. 248\]](#).

При продвижении китайской традиционной культуры как инструмента формирования имиджа страны редко учитываются предпочтения внешней аудитории в методах и каналах распространения контента [\[12, с. 54\]](#). В силу различий в высококонтекстной

китайской и низкоконтекстной западной культуры (на которую длительное время ориентировалась российская аудитория), отличий когнитивной логики китайских и западных пользователей, многие китайские выдающиеся произведения, не достигли желаемого эффекта за пределами страны [13, с. 15]. Для эффективной коммуникации необходимо глубокое понимание межкультурного контекста, влияния окружающей среды и соблюдение законов коммуникации [4]: анализ культурного кода аудитории, базовых ценностей, изучение речевого стиля для разработки коммуникационной стратегии продвижения имиджа посредством национальной традиционной культуры.

Согласно теории «использования и удовлетворения» [14] и теории «фрейминга» [15, с. 1093], соответствие контента культурному фону, ценностям или образу жизни определённой социальной группы, способствует восприятию посредством идентификации и соответствующего эмоционального отклика. Для российской аудитории, например, свойственно ценить историческое наследие и испытывать национальную гордость, поэтому «Жэньминь жибао» на платформе VK актуализирует историческую преемственность китайско-российском сотрудничества, усиливая культурную релевантность и доверие.

Описание кейса

С момента создания платформы VK в 2006 г. на первый квартал 2024 г. количество активных пользователей в месяц составило 89 миллионов, что охватывает 88% интернет-пользователей в России. За два десятилетия платформа постоянно совершенствовалась: был расширен функционал до аудио, видео-форматов, возможность проводить платежи, осуществлять телефонные звонки, общаться в мессенджере, размещать рекламу, что сделало VK многофункциональной цифровой экосистемой. VK является крупнейшей социальной платформой в России и странах СНГ (официальный сайт VK) и на международной арене среди пользователей, имеющих свои аккаунты в данной сети.

На этом основании в 2013 г. «Жэньминь жибао» открыла официальный аккаунт в VK. — «Жэньминь жибао онлайн | Новости Китая», который на данный момент имеет 519 000 подписчиков. Для сравнения: аккаунт BBC на VK имеет всего 400 000 подписчиков (официальный аккаунт BBC на VK). Для эффективного использования всех преимуществ цифровой платформы «Жэньминь жибао» публикует текстовые новостные материалы, фото и видео: ежедневно публикуется порядка 5 постов.

В социальных сетях международный новостной контент в русле «великих нарративов» уступил место личностным историям и увлекательным нарративам даже при подаче политической повестки [16, с. 75], акцентируя внимание на сходствах и различиях культур Китая и России, что способствует углублению культурной связи и межкультурного понимания между народами двух стран [17]. Так «Жэньминь жибао» использует всю коммуникационную палитру из новостей в сфере культуры, экономики, технологиям и досугу, представляя информацию на русском языке и усиливая тем самым локализацию.

Анализ материала и результаты исследования

С января по сентябрь 2024 года «Жэньминь жибао» опубликовала 1839 постов, что составляет в среднем 6,8 поста в день. Эти посты в сумме набрали 12 146 680 просмотров, что в среднем составляет 44 988 просмотров в день. Общее количество комментариев составило 16 497, среднее количество комментариев на пост — 61. Репостов было 12 420, в среднем 46 репостов на пост. Лайков было 165 174, что в среднем составляет 611 лайков на пост. Среднемесячное количество просмотров

составило 1 349 631, количество комментариев — 1 833 (в среднем 8,97 комментария на пост), количество репостов — 1 380 (в среднем 6,75 репостов на пост). Полученные статистические данные свидетельствуют о высокой активности и вовлеченности пользователей в коммуникацию с «Жэньминь жибао» на платформе VK. Однако стоит отметить, что показатели взаимодействия в комментариях и репостах остаются низкими, особенно в репостах.

Для увеличения вовлеченности можно предложить создание общей темы для обсуждения или использовать элементы геймификации, такие как проведение акций с наградами за репосты. Для доказательства эффективности таких методов вовлечения приведем результаты, опубликованные в статье «Исследование распространения контента “Жэньминь жибао” на российских социальных медиа» [18. с. 40], где были приведены данные о статистике постов, опубликованных в 2018 г. Сравнение данных 2018 г. и 2024 г. показывает значительный рост вовлеченности аудитории. В 2018 году «Жэньминь жибао» опубликовала 2557 постов, которые набрали 2787 комментариев, 9895 репостов и 147335 лайков. В 2024 году, с января по сентябрь, количество комментариев на пост увеличилось в 8,22 раза, репостов — в 1,74 раза, а лайков — в 1,54 раза (см. таблицу 1). Это свидетельствует о росте интереса российской аудитории в связи внешними политическими обстоятельствами и общим разворотом России на Восток в 2022 г. [19. с. 5].

Таблица 1. Сравнение средней статистики постов «Жэньминь жибао» за 2018 и 2024 годы

Год	Период	Общее количество постов	Среднее количество комментариев	Среднее количество репостов	Среднее количество лайков
2018	Январь-декабрь	2557	1,09	3,87	57,62
2024	Январь-сентябрь	1839	8,97	6,75	89

Все посты, опубликованные на платформе VK. Были на русском языке, что подчеркивает стратегию полной локализации контента «Жэньминь жибао» на российской платформе. Это решение позволяет снять языковой барьер и эффективно взаимодействовать с российской аудиторией.

Форматы контента С 1 января по 30 сентября 2024 г. весь размещённый на платформе VK контент можно классифицировать по следующим форматам:

посты с изображениями и текстом: 1429 (76%)

посты с видео и текстом: 304 (16%)

посты с текстом: 132 (7%)

посты с ссылками и текстом: 14 (1%)

Посты с изображениями и текстом остаются самым популярным форматом. Формат видео с текстом занимает второе место с 16%, что отражает растущий интерес к мультимедийным форматам.

Лайки, репосты и комментарии являются индикаторами интереса аудитории к опубликованному контенту и формой его продвижения и распространения. На основании

анализа топ-10 постов по количеству лайков среди всего учтенного контента в аккаунте «Жэньминь жибао», мы выделили следующие темы, которые стали наиболее привлекательными для российских пользователей:

(1) Самоотверженность и милосердие в кризисных ситуациях пост был посвящен самоотверженной работе хирурга из Синьцзяна после землетрясения (1427 лайков), что свидетельствует об общих базовых ценностях российского и китайского общества

(2) Технологические достижения посты об использовании беспилотников для тушения пожаров (884 лайка) и о китайской лунной миссии «Чанъэ-6» (712 лайков). Что свидетельствует о растущем интересе российского и китайского общества к сотрудничеству в области аэрокосмических и инженерных технологий.

(3) посты о визите Си Цзиньпина в Сербию (573 лайка) и участии в посадке деревьев (783 лайка), встречи первых лиц России и Китая (393 лайка), например 14 мая «Жэньминь жибао» написал, «В. Путин совершит государственный визит в Китай. По приглашению председателя КНР Си Цзиньпина президент РФ Владимир Путин совершит государственный визит в Китай с 16 по 17 мая. Об этом сообщила во вторник официальный представитель МИД КНР Хуа Чуньин», и в этот пост многие пользователи написали комментарии, демонстрируют высокий интерес к дипломатической активности китайского руководства в контексте взаимоотношений с Россией.

(4) Культурный обмен и досуговые практики посты о начале года Дракона (837 лайков), флешмоб «Катюша» в Харбине (864 лайка) доказывают, что развлекательный и досуговый контент способствует высокой вовлеченности российского пользователя в китайский медиадискурс.

Тематический анализ аккаунта «Жэньминь жибао»

Для тематической классификации и выделения ключевых слов по каждой теме было проанализировано 1839 постов, опубликованных в аккаунте «Жэньминь жибао» (VK) методом LDA (Latent Dirichlet Allocation). Результаты анализа представлены на графике (рис. 1).

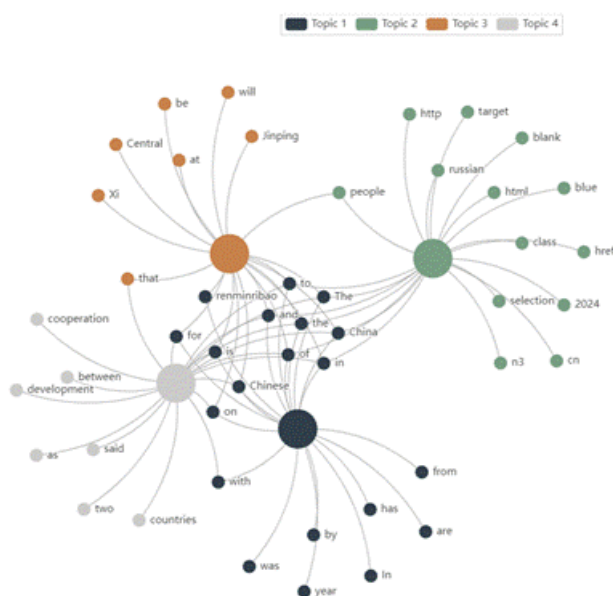


Рисунок 1. Тематический график и ключевые слова (по данным LDA)

На основе соотношений четырех выделенных тем и ключевых слов, сформулируем коммуникационные треки для их распространения:

Трек 1. Международное сотрудничество.

Ключевые слова: Китай, сотрудничество, две страны, Си Цзиньпин, Россия, Казахстан.

Цель публикаций: демонстрация Китая как активного и ответственного участника глобальных процессов и продвижение имиджа страны как мирного и стабильного глобального лидера.

Трек 2. Экономическое развитие и технологические достижения:

Ключевые слова: развитие, экономика, технологии, стратегия, производство, рынок, предприятия.

Цель публикаций: укрепление имиджа Китая как мирового экономического лидера и центра технологических инноваций.

Трек 3. Национальная культура и базовые ценности:

Ключевые слова: культура, мероприятия, традиции, мир, народ, проведение, гости, культурное наследие.

Цель публикаций: сохранение и распространение культурного наследия, повышение привлекательности китайской культуры и укрепление ее образа как цивилизации и наведение мостов с другими странами.

Трек 4. Туризм и кулинария

Ключевые слова: туризм, туристы, рост, компании, международный, Синьцзян, продукция.

Цель публикаций: привлечение международных туристов в Китай, позиционирование достопримечательностей китайских регионов и особенностей местной кухни.

Выделенные тематические треки и способы их подачи соответствуют ожиданиям российской аудитории. Тема двустороннего сотрудничества и дипломатии отражает стратегическую значимость китайско-российских отношений. Экономическое и технологическое развитие Китая, а также продвижение китайской культуры помогают формировать положительный имидж страны как центра прогресса и культурного богатства [20. с. 160]. Темы с акцентом на личные истории в контексте кризисных ситуаций находят отклик у российских пользователей в связи с похожими жизненными обстоятельствами.

Основные проблемы продвижения контента «Жэньминь жибао» на платформе VK связаны с двумя факторами. Первый фактор – языковой барьер. Некоторые опубликованные видео с китайскими субтитрами или фоновым озвучиванием звуком, могут вызвать механические и семантические затруднения в восприятии информации. Кроме того, в силу китайской культурной специфики некоторые темы не способны вызвать эмоциональный отклик у российской аудитории. Этот фактор объясняет во многом второй: отсутствие фанатской базы. Среднее количество комментариев (8,97) и репостов (6,75) на один пост относительно низкое. Большинство пользователей проявляют поверхностное участие, ограничиваясь лайками или репостами, но не переходят к глубоким обсуждениям или эмоциональным связям с контентом и не становятся постоянными подписчиками

Выводы

Проведенный анализ контента в аккаунте «Жэньминь жибао» на платформе VR позволил сделать следующие рекомендации по оптимизации коммуникационных стратегий продвижения имиджа Китая для российской аудитории: активизировать вовлечение посредством постановки проблемных вопросов, создание дискуссионных тем или поощрение репостов в формате геймификации; создавать видеоматериалы по теме культуры, научных инноваций, поведению в кризисных ситуациях; сократить количество лонгридов.

В целом, коммуникационные стратегии «Жэньминь жибао» на платформе VK доказали свою эффективность. Контент, посвященный китайской политике, экономике, культуре и технологиям, адаптирован для российской аудитории, что позволило сформировать положительный имидж Китая.

«Жэньминь жибао» активно использует механизмы психологической идентичности, что помогает установить устойчивую связь с российской аудиторией.

Библиография

1. Цзи Дэцян, Ян Бовэй. Между внутренним и внешним: логика границ исследования пропаганды глобального Китая // Журнал глобальных медиа. 2024. № 3. С. 158-171.
2. Ло Цзюньли. Трехмерный подход к распространению международного имиджа Коммунистической партии Китая // Теоретические горизонты. 2024. № 8. С. 78-84.
3. Цзянь Фэй. Перспектива распространения международной риторики Китая в новом времени // Журнал глобальных медиа. 2023. № 4. С. 6-17.
4. Соиня Юлия. Особенности использования социальных медиа студентами России – на примере Вконтакте // Международные медиа. 2020. № 8. С. 96-97.
5. Син Лидзю, Чжао Цзин. Новые медиа и международное распространение имиджа Китая // Современные международные отношения. 2021. № 11. С. 51-61.
6. Куан Вэньбо. Что такое новые медиа? // Журнал новостей и письма. 2012. № 7. С. 24-27.
7. Быкова Е. В. Речевая структура модульного текста. РГГМУ. Санкт-Петербург. 2011. С. 225.
8. Штиг Шава. Перевод: Лю Цзун, Фан Исин. «Медиа: роль медиа в социальных изменениях» // Журнал Шаньсийского университета (Философия и общественные науки). 2015. № 5. С. 59-69.
9. Холл, Эдвард Т. Молчаливый язык. Нью-Йорк: Doubleday. 1959. 186 с.
10. Чэнь Сяньхун. От темы к стратегии: построение международной системы распространения нарратива о китайской нации // Журнал глобальных медиа. 2024. № 3. С. 144-157.
11. Сюй Цинцин. Анализ применения социальных медиа в кросс-культурной коммуникации // Исследования коммуникации. 2024. С. 248-249.
12. Сюй Миньлин, Дэн Лояо, Линь Сытун. Цифровизация международного распространения китайской традиционной культуры и пути ее развития – на примере наследия Чаошанского танца // Китайский этнографический журнал. 2024. № 4. С. 54.
13. Дай Хуаин. Исследование кросс-культурной коммуникации краткосрочных видеороликов китайских СМИ в международной пропаганде – на примере People's Daily, New China TV, CGTN, Sixth Tone // Журнал современных медиа. 2024. № 6. С. 14-17.
14. Блумлер, Дж. Г., Кац, Э. Использование массовых коммуникаций: Современные перспективы исследований удовлетворений // Sage Annual Reviews of Communication Research. 1974. Том 3.
15. Гоффман, Э. Анализ фреймов. Эссе о организации опыта // Contemporary Sociology. 1981. 4(6): 1093-a-1094.

16. Ху Ань, Чэнь Бинь. Анализ эффективности внешней коммуникации национальных тем: на примере фрейминга инициативы «Один пояс, один путь» на зарубежных социальных медиа // Редакторский друг. 2018. № 12. С. 75-78, 90.
17. Ни Вэньцзин. Исследование цифровой дипломатической стратегии Жэньминь жибао на российской социальной платформе VK (2020-2021), магистерская диссертация. Центрально-Южный финансово-экономический университет. 2023. С. 63.
18. Чжан Личун. Исследование пропаганды Жэньминь жибао в российских социальных медиа – на примере аккаунта Жэньминь жибао в Вконтакте // Исследования новых медиа. 2020. № 10. С. 40-43.
19. Шан Юэ. В условиях украинского кризиса Россия ускорила свой «поворот на Восток» // Современные международные отношения. 2023. № 4. С. 5-23.
20. Чжу Инъин. Стратегии реализации культурной эмпатии в международном общении // Журнал социальных наук Харбинского педагогического университета. 2022. № 6. С. 160-167.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензируемая статья посвящена исследованию имиджа Китая в газете «Жэньминь жибао» на российской платформе VK. Отмечается, что «с углублением всестороннего стратегического партнерства Китая и России формирование международного имиджа, соответствующего двусторонним отношениям, стало одной из актуальных задач китайских внешнеэкономических СМИ на российских социальных медиаплатформах, среди которых VK является одним из крупнейших и наиболее популярных. Для реализации поставленной задачи влиятельные китайские СМИ, такие как «Жэньминь жибао», открыли официальный аккаунт на VK, где размещается и распространяется новостной контент о достижениях Китая в области экономики и культуры, и где российскому интернет-пользователю представляется реальный и живой Китай». Проведенное исследование позволяет определить степень эффективности применяемых на платформе VK коммуникационных стратегий «Жэньминь жибао», выявить возможные проблемы продвижения контента «Жэньминь жибао» и разработать необходимые рекомендации. Все вышесказанное определяет актуальность исследования.

Теоретической основой работы выступили труды таких отечественных и зарубежных исследователей, как Е. В. Быкова, Эдвард Холл, Т. Дж. Г. Блумлер, Э. Кац, И. Гофман, Син Лидзю, Чжао Цзин, Куан Вэньбо, Ху Ань, Чэнь Бинь, Чжан Личун, Ни Вэньцзин, Чэн Сяньхун и др. Библиография составляет 20 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям, представляется достаточной для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики, а также находит отражение на страницах статьи. Однако в дальнейшем рекомендуем чаще апеллировать к трудам по медиадискурсу, медиаобразу и имиджу ведущих российских ученых.

Методология проведенного исследования определена поставленной целью и задачам: провести контент-анализ публикаций на официальном верифицированном аккаунте «Жэньминь жибао» на платформе VK по темам: китайско-российское сотрудничество, экономическое развитие, традиционная культура и туризм для выявления оптимальных коммуникационных стратегий по формированию международного имиджа Китая для российской аудитории. Также применяются общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию материала, сравнительно-сопоставительный и статистический методы и

др.

В ходе анализа теоретического материала и его практического обоснования проведен статистический анализ активности и вовлеченности пользователей в коммуникацию с «Жэньминь жибао» на платформе VK; представлено сравнение данных за 2018 и 2024 годы; изучен, классифицирован и проранжирован по уровню популярности весь размещённый на платформе VK контент «Жэньминь жибао» (посты с изображениями и текстом (76%), посты с видео и текстом (16%), посты с текстом (7%), посты со ссылками и текстом (1%)); определены наиболее привлекательные для российских пользователей темы; на основе соотношений этих тем и ключевых слов сформулированы коммуникационные треки для их распространения (Международное сотрудничество, Экономическое развитие и технологические достижения, Национальная культура и базовые ценности, Туризм и кулинария); выявлены основные проблемы продвижения контента «Жэньминь жибао» на платформе VK. В выводах представлены рекомендации по оптимизации коммуникационных стратегий продвижения имиджа Китая для российской аудитории: «активизировать вовлечение посредством постановки проблемных вопросов, создание дискуссионных тем или поощрение репостов в формате геймификации; создавать видеоматериалы по теме культуры, научных инноваций, поведению в кризисных ситуациях; сократить количество лонгридов».

Результаты, полученные в ходе исследования, имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят существенный вклад в решение проблем современных видов коммуникации и оптимизации межкультурного диалога, а также могут быть использованы в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру, способствующую полноценному восприятию материала. Стиль изложения материала соответствует требованиям научного описания. Статья имеет завершённый вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Баранова Е.А. Контент-маркетинг как инструмент продвижения медиабренда // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.69694 EDN: LCQMEJ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=69694

Контент-маркетинг как инструмент продвижения медиабренда

Баранова Екатерина Андреевна

ORCID: 0000-0003-1794-9936

доктор филологических наук

профессор, кафедра коммуникационного менеджмента и управления отношениями, РГСУ

129226, Россия, г. Москва, ул. Вильгельма Пика, 4

✉ kat-journ@yandex.ru

[Статья из рубрики "Коммуникации"](#)**DOI:**

10.25136/2409-8698.2025.1.69694

EDN:

LCQMEJ

Дата направления статьи в редакцию:

28-01-2024

Аннотация: С развитием социальных сетей контент-маркетинг стал одним из основных инструментов для достижения успеха в интернет-маркетинговых кампаниях. Успешное продвижение организации с помощью бесплатного распространения полезного контента, отвечающего запросам пользователей, вызывает доверие к бренду и увеличивает его экспертность. Интерес к продвижению бизнеса с использованием средств массовой информации возник в 1924 году, когда американская компания Sears запустила собственную радиопередачу, ориентированную на фермеров. В XXI веке инструментами контент-маркетинга стали активно пользоваться и сами средства массовой информации, чтобы привлечь аудиторию на свои интернет-ресурсы и таким образом повысить узнаваемость собственных брендов. В данной статье контент-маркетинг рассматривается как инструмент продвижения медиакомпаний в цифровой среде. Автор анализирует контент средств массовой информации с ценной (часто на бытовом уровне) для потребителя информации, которой хорошо поделиться в социальных сетях (материалы-полезные бытовые советы; онлайн-тесты; посты в соцсетях медиакомпаний с

изображениями животных, природных явлений) и др. Проблема взаимодействия аудитории и коммуникатора – одна из главных проблем изучения средств массовой коммуникации. Сегодня трансформировались представления о функциях СМИ в обществе. Аудитория стала рассматриваться не как пассивный реципиент, а как партнер коммуникации. Автор приходит к выводу о том, что в ситуации кризиса традиционных средств массовой информации в интернет-пространстве начинают гармонично взаимодействовать традиционные способы создания медиапродуктов и маркетинговые технологии. Все больше проявляющееся «игровое» глобальное медиaprостранство, которое существенно влияет на способы подачи журналистского контента и на способы его восприятия. Самые разные СМИ активно используют развлекательный, «легкий» контент, ориентируясь на привлечение большего числа пользователей, за счет чего нередко страдает качество публикуемой информации. Контент-маркетинг также активно используется медиаконпаниями для транслирования их сильных сторон, миссий, ценностей.

Ключевые слова:

Контент-маркетинг, Продвижение медиаконпании, Релевантный контент, Шаринговый контент, Виpальный контент, Материалы-подборки, Онлайн-тесты, Фейк-ньюз, Импидж медиабренда, Адвокаты бренда

В современной медиасреде, где аудитория постоянно потребляет огромные пласты информации, все более актуальным становится вопрос эффективности инструментов SMM-продвижения в деятельности СМИ. С наступлением этапа Web 2.0 в развитии Интернета начали активно развиваться социальные медиа (социальные сети, видеохостинги, интернет-сервисы и др.) Аудитория стала не только потреблять информацию, но и создавать контент.

С наступлением Web 2.0 журналистика стремительно ушла в онлайн-среду. Постепенно все больше людей стало отдавать предпочтение не только текстовому, но и аудиовизуальному контенту. Длинные тексты без визуализации перестали привлекать внимание потребителей информации. С развитием социальных сетей многие СМИ начали создавать и развивать свои страницы на таких онлайн-площадках, как Telegram, «ВКонтакте», «Одноклассники», «Яндекс.Дзен». Аудитория средств массовой информации в социальных медиа стала нередко превышать аудиторию веб-сайтов.

Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании

С развитием Web 2.0 в традиционном маркетинге произошло переосмысление действующих стратегий. Все больше инструментов для продвижения бизнеса стало создаваться на интернет-площадках, которые «помогают продвигать товары в сети, анализировать спрос и предложения конкурентов, а также в некоторых случаях тестировать продукт» [\[1, с. 63\]](#). Компании, которые хотели оставаться конкурентоспособными и привлекательными для потребителя, были вынуждены менять привычную коммуникационную работу. Для реализации новой – цифровой стратегии – они в большей степени стали использовать площадки Web 2.0, на которых актуализируется важнейший инструмент сетевого маркетинга – стратегия контент-маркетинга. Она ориентирована «на создание ценного опыта для потенциального клиента. Люди полезны друг другу тем, что делятся ценным контентом, который обогащает фан-сообщество и делает компанию лидером в данной сфере. Вовлекающий

контент, которым легко поделиться, в первую очередь помогает потребителям понять (причем самостоятельно), что продукт или услуга ... компании им жизненно необходима» [2, С. 50].

Именно поэтому, с развитием социальных сетей контент-маркетинг становится главным инструментом для достижения успеха в интернет-маркетинговых кампаниях. Более половины американских компаний с 2015 года увеличили маркетинговые бюджеты: расходы на контент-маркетинг выросли на 13,3%, в то время как на традиционную рекламу – уменьшились на 11,5% [How CMOS are spending across the customer-buying cycle. URL: <https://adage.com/article/btob/cmos-spending-content-buying-cycle/300181> (accessed: 15.09.2024)].

Встал вопрос о создании особого контента для онлайн-среды, который бы не только удерживал уже существующую аудиторию, но и привлекал новую.

Контент-маркетинг – это действия, направленные на успешное продвижение компании, с помощью бесплатного распространения полезного контента, отвечающего запросам пользователей. Такой контент вызывает доверие к бренду и увеличивает его экспертность.

Дефиниция «контент-маркетинг» стала активно использоваться в научном дискурсе с 2001 года [3, С. 37]. Однако применять данную маркетинговую стратегию начали намного раньше. В 1731 году Бенджамин Франклин, продвигая собственную типографию, открыл первую в колониях публичную библиотеку. А с 1732 начал издавать ежегодный альманах «Бедный Ричард», в котором печатались статьи Франклина на тему развития литературы, философии, физики и др. Позже он основал дискуссионный кружок, который стал основой Американского философского общества. «Все это не только увеличивало его известность как личности, эксперта, профессионала своего дела, но и повышало узнаваемость и, как следствие, прибыль его типографии» [3, С. 38].

Продвижение бизнеса с использованием средств массовой информации началось в 1924 году, тогда американская компания Sears запустила собственную радиопередачу, ориентированную на фермеров. В передаче давались полезные советы для эффективного выращивания разных растений, рассказывалось о способах борьбы с различными вредителями. Подобный формат сразу полюбился занятым людям, получившим возможность просвещаться, не покидая свои рабочие места. Это позволило компании повысить узнаваемость бренда и продажи.

В основе вышеописанных примеров – бесплатная доставка ценной для потребителя информации, которая способствует узнаваемости бренда [3, С. 40].

Контент-маркетинг как инструмент продвижения медиакомпаний в цифровой среде

В XXI инструментами контент-маркетинга стали активно пользоваться средства массовой информации, чтобы повысить узнаваемость собственных брендов. Именно поэтому, на сайтах СМИ все большее значение стало отдаваться контенту с ценной (иногда на бытовом уровне) для потребителя информацией, которой хорошо поделиться в социальных сетях.

На сегодняшний день можно выделить самые различные формы такого контента. Многие из них адаптированы под наиболее частые поисковые запросы.

1. Материалы, адаптированные под наиболее частые поисковые запросы

- Материалы-полезные бытовые советы

Такие материалы могут быть представлены в виде различных подборок, а также в виде инфографики, которую можно сохранить в формате JPEG и публиковать не только на сайте, но и в социальных сетях. Она позволяет рассказать целую полезную историю с помощью одного изображения. Издание «АиФ» ещё в начале 2010-х сделало ставку на развитие такого контента, он привлекает интерес пользователей, обеспечивая дополнительный трафик сайту и популярность бренду – ИД «АиФ». Примером такого материала может служить заметка «Как сложить вещи в чемодан, чтобы не помять. Инфографика» [Как сложить вещи в чемодан, чтобы не помять. Инфографика URL: <https://aif.ru/dontknows/1225710> (дата обращения: 23.09.2024)]. Следует отметить, что «к статье после ее публикации на сайте обращаются мало, а материал, в основе которого инфографика – это «долгоиграющая вещь» на 2-3 года, т.е. это дополнительный трафик сайту на длительное время» [4]. СМИ сознательно адаптируют контент под наиболее частые поисковые запросы, чтобы увеличить популярность собственного бренда.

Подобные советы на все случаи жизни или рецепты в инфографике, как в материале «Как приготовить чак-чак» [Как приготовить чак-чак URL: <https://aif.ru/food/1144092> (дата обращения: 23.09.2024)] можно при желании распечатать, сохранить и пользоваться ими на практике. Опыт «АиФ» показывает, что это очень продуктивное направление. Материалы-полезные бытовые советы привлекают большое количество аудитории, увеличивают такие способы коммуникации с контентом, как «поделиться» и «сохранить». Такой релевантный контент, способен сам найти целевую аудиторию, им хочется поделиться.

Для адаптации контента под наиболее актуальные поисковые запросы на бытовые темы могут создаваться специальные рубрики. На сайте aif.ru есть рубрика «Актуальные вопросы». В условиях переизбытка информации сама новость уже не так важна. Важно, насколько она полезна конкретному человеку, функциональна для него. В интернет-редакциях многих СМИ получают большое количество вопросов от пользователей, систематизируют, редактируют их, а также часто формулируют вопросы сами журналисты, адаптируя их под пользовательский запрос.

Для адаптации контента под поисковые запросы также создаются не только рубрики, но и целые проекты на сайте. Например, на сайте kp.ru появился проект «Женские истории», в рамках которого публикуется большое количество материалов, адаптированных под частые поисковые запросы. В рубрике «Сонник» данного проекта собраны ответы на поисковой запрос: «К чему снятся...?» (котята, клопы и т.д.) [К чему снятся котята по соннику: толкование снов про котят <https://www.kp.ru/woman/sonnik/k-chemu-snyatsya-kotyata/> (дата обращения: 20.09.2024)] по сонникам Ванги, Миллера, Фрейда и др. Следует отметить, что в данном случае контент, на сайте средства массовой информации имеет мало общего с традиционной журналистикой – деятельностью по сбору и распространению общественно значимой информации. Также следует учитывать, что в традиционной журналистике материалы всегда «привязаны» к инфоповоду. Материалы-полезные бытовые советы часто созвучны информационным поводам. Например, рассмотренная выше заметка «Как сложить вещи в чемодан, чтобы не помять. Инфографика» [Как сложить вещи в чемодан, чтобы не помять. Инфографика URL: <https://aif.ru/dontknows/1225710> (дата обращения: 23.09.2024)] или другой материал на эту же тему «Валиком или под вакуумом? Как грамотно уложить чемодан» [Валиком или под вакуумом? Как грамотно уложить чемодан

https://aif.ru/travel/valikom_ili_pod_vakuumom_kak_gramotno_ulozhit_chemodan?ysclid=m1ayayo5hc84107058 (дата обращения: 20.09.2024)] на сайте «АиФ» опубликованы в июне-июле и приурочены к началу отпусков. Материал-инфографика «Как приготовить чак-чак» [Как приготовить чак-чак URL: <https://aif.ru/food/1144092> (дата обращения: 23.09.2024)] или материалы в рубрике «Сонник» на сайте kp.ru не имеют привязки к новостному поводу.

Создание такого контента сегодня – один из ключевых инструментов при формировании стратегии продвижения любой компании, в том числе и медиакомпании. Роль соцсетей в распространении такого контента с каждым годом всё больше. Для современного потребителя информации соцсети – некий фильтр в потоке информации [5, С. 116].

- Особый формат подачи «горячих» новостей, ориентированных под поисковой запрос

Для того, чтобы постоянно поддерживать присутствие своего бренда в социальных сетях СМИ используют не только материалы-полезные бытовые советы, но и особый формат подачи «горячих» новостей: заранее готовят несколько вариантов фото и сообщений в зависимости от исхода события и сразу публикуют сообщение. Например, Россия выиграла/проиграла матч за выход в полуфинал. Отклик от таких «горячих» новостей обычно очень высок, СМИ получает большой прирост аудитории на сайт. В то же время трудовые затраты на создание такого контента – минимальны.

2. Подборки необычных и смешных фактов

Очень перспективной с точки зрения трафика формой предоставления контента являются подборки по принципу «Несколько фактов о....» Пользователи информации сегодня не хотят ничего искать, они хотят, чтобы им всё кратко и ёмко изложили, возможно, визуализировали. Большой популярностью стали пользоваться СМИ, сделавшие акцент на «смешных списках, ...подборках необычных фактов ...многие уважаемые газеты переняли манеру публикации списков и прочих лёгких материалов, чтобы получить приток свежей аудитории и лучше распространяться в социальных сетях» [6, С. 82].

3. Онлайн-тесты

Интерактивные онлайн-тесты с автоматическим подсчётом баллов стали активно развиваться на сайтах зарубежных и некоторых российских СМИ в начале 2000-х гг. Онлайн-тесты обычно сопровождаются большим количеством картинок. Многие пользователи обращают внимание именно на фото.

В целом же всю массу онлайн-тестов можно условно разделить на три группы: тесты на проверку знаний в различных областях, психологические тесты, связанные с раскрытием личности читателя, развлекательные тесты.

К первой категории тестов можно отнести географические тесты «Медузы», среди которых большой популярностью у аудитории пользуются задания на проверку знаний о российских регионах. Пользователи могут увидеть процент людей, выбравших каждый из вариантов.

В целом же всю массу онлайн-тестов можно условно разделить на три группы: тесты на проверку знаний в различных областях; психологические тесты, связанные с раскрытием личности читателя; развлекательные тесты.

К первой категории тестов можно отнести, например, географические тесты, среди которых большой популярностью у аудитории пользуются задания на проверку знаний о

российских регионах. Пользователи могут увидеть процент людей, выбравших каждый из вариантов. Возможно, такая форма подачи контента — современное развитие научно-популярной журналистики, ведь многие тесты предлагают проверить свои знания в области истории, искусства, культурологии и т. д. [\[7, С. 73-77\]](#).

Майкл Стелзнер (эксперт в области социальных медиа, создатель одного из самых популярных блогов о маркетинге в социальных сетях SocialMediaExaminer.com) в книге «Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета» среди характеристик контента, привлекающего внимание пользователей, выделяет образовательный аспект, легкость усвоения, визуальная привлекательность, приглашение к диалогу [\[8\]](#), — все эти характеристики как раз включают в себя образовательные онлайн-тесты.

4. Посты в соцсетях медиакомпаний с изображениями животных, природных явлений и т.д.

Еще один вид контента, который часто используют СМИ для привлечения аудитории в соцсетях — посты в соцсетях с изображениями животных, природных явлений и т.д. Они тоже призывают к беседе с аудиторией, повышает готовность к диалогу среди потребителей контента медиаорганизации. Например, самыми привлекательными для пользователей сайта «РИА-новости» стали посты не имеющие отношения к конкретной деятельности новостных порталов: посты «разбавляющие» новостную ленту юмором или содержащие изображения красивых мест или природы, самыми успешными стали сообщения с gif-файлами с животными. Они набрали наибольшее количество «лайков» и «репостов» [\[9, С. 252\]](#). Надо отдельно отметить, что не только МИА «Россия сегодня», но и, например Reuters, несмотря на социально-политическую и экономическую направленность своего контента, очень активно развивают блок развлекательных продуктов, так это «позволяет увеличивать посещаемость их сайтов и привлекать массовую аудиторию, а значит и увеличивать стоимость рекламных блоков, что способствует улучшению финансового положения предприятия. Положительно внедрение подобного формата сказывается и на лояльности аудитории, осознающей, что обращаться к агентствам можно не только за фактологией, но и за развлечением» [\[10, С. 140\]](#). Отличительной чертой такого развлекательного контента является апелляция к эмоциям.

Стоит также сказать, что информагентства последнее время организуют всевозможные различные премии, конкурсы акции, встречи и клубы. В основном это делается для формирования и укрепления собственного имиджа, в условиях современного информационного рынка, «а также для попадания в информационное поле других СМИ не только в качестве источника какой-либо фактологической информации, необходимой для публикации, но и как полноценного автора медийной индустрии. Известность брэнда в этой части, его авторитетность и востребованность дает возможность увеличить число клиентов, а также нарастить массовую аудиторию и степень ее доверия» [\[10, С. 140\]](#).

5. Фейк-ньюз

Еще один вид контента, который часто становится вирусным — это фейк-новости (fake-news). «Фейк» стало словом года в 2014-м. «Постправда» — слово 2016 года, по версии редакции толкового словаря Оксфордского университета. Фальшивые новости, как правило, содержат «ложный или вводящий в заблуждение контент — слухи, теории заговора, сфабрикованные отчеты, всегда сопровождается иллюстрациями. Данный вид

контента часто становится вирусным за счет сильной эмоциональной нагрузки. Постправда отражает обстоятельства, «при которых факты объективной действительности играют меньшую роль в формировании общественного мнения, чем обращения к эмоциям или личным убеждениям» [11, С. 73-74]. В конце 2017-го американский футуролог, консультант по вопросам электронных СМИ Э. Вебб (Amy Webb) отметила начало эры фейковых новостей [12, С. 17-18].

Как видим, многие СМИ сегодня активно используют развлекательный, «легкий» контент, ориентируясь на привлечение большего числа пользователей, за счет чего, нередко, страдает качество публикуемой информации. Например, развлекательные онлайн-тесты часто совершенно пусты с точки зрения информационной составляющей и при этом затрагивают бессмысленные и аморальные темы: «Насколько ты любишь порно?», «А я милую узнаю по застёжке» (узнай, что способ надевания бюстгалтера расскажет о характере женщины), «Кто вы: мужчина или женщина?» - именно такие онлайн-тесты до пользовались особым успехом на сайте kp.ru. [7, С. 78-79]. Возможно, они будут надоедать аудитории и терять популярность на сайтах СМИ.

Контент-маркетинг как транслирование сильных сторон компании, ее миссии, ценностей

Контент-маркетинг – это также транслирование сильных сторон компании, ее миссии, ценностей, это создание некой истории, к которой хочется быть причастной и за которой хочется следить. «Сильные бренды основаны на истории, которая рассказывает о компании; подлинность – это передать то, что вы есть на самом деле» [13].

Крупные компании используют сегодня различные формы подачи нативной рекламы и брендированного контента, чтобы рассказать о своей продукции или просто напомнить о бренде. Например, жанр лонгрида в брендированной журналистике используется именно для этой цели, когда клиент хочет рассказать историю развития компании [7, С. 116]. Многие крупные СМИ сегодня делают подобные лонгриды, рассказывая об истории своей медиакомпания. На сайте kp.ru в 2015-м году к девяностолетию со дня основания «Комсомольская правда» был создан грандиозный проект «Любимая газета страны» [Любимая газета страны URL: <https://www.kp.ru/best/msk/kp90/?ysclid=m1dnkpjweg45151708> (дата обращения: 23.09.2024)], рассказывающий о почти вековой истории газеты. Брендами медиакомпания часто становятся журналисты, которые в ней работают или работали, такие как Владимир Маяковский и Михаил Шолохов – знаменитые литераторы – авторы «Комсомольской правды». Или бывшие топовые телеведущие РБК-ТВ Игорь Виттель и Мария Строева – до сих пор у многих зрителей РБК ассоциируется именно с ними.

Контент-маркетинг помогает раскрывать и показывать экспертность бренда. В случае с РБК – экспертность в бизнесе и экономике. Чем больше медиакомпания дает информации людям о себе как о бренде, тем больше растет лояльность к ней: больше потребляют ее контент, комментируют его. Экономика в настоящее время нестабильна и людям интересен контент на эту тему. Им интересно знать, куда вкладывать деньги, как это делать, что может

быть в ближайшем будущем. Эксперты, которые работают на телеканале РБК, постоянно с новой обновленной статистикой выходят в эфир и рассказывают, как в той или иной ситуации действовать. Ведущие канала участвуют в различных мероприятиях, экономических форумах, являются модераторами многих пленарных заседаний. В этом случае контент-маркетинг направлен на имидж компании. Так медиакомпания стремятся

создавать и использовать сильные бренды, обычно понимаемые как капитал или ценность медиабренда.

Таким образом, контент-маркетинг — это цикличное непрекращающееся действие по созданию имиджа бренда. Ключевые показатели эффективности контент-маркетинга включают:

- охват целевой аудитории;
- вовлеченность пользователей (лайки, просмотры, комментарии, репосты, сохранения, время, проведенное на странице);
- рост узнаваемости бренда;
- переходы по ссылке или другое заданное взаимодействие с материалом;
- повышение лояльности аудитории и увеличение числа адвокатов бренда.

В условиях жесткой конкуренции СМИ вынуждены искать новые механизмы воздействия на потребителей с целью завоевания их доверия и лояльности. Одним из наиболее прогрессивных методов в конкурентной борьбе за потребителя является процесс формирования медиабренда. Он помогает СМИ концентрироваться на потребностях целевой аудитории, дифференцироваться от конкурентов.

В ситуации кризиса традиционных средств массовой информации в интернет-пространстве начали гармонично взаимодействовать традиционные способы создания медиапродуктов и маркетинговые технологии. Все больше стало проявлять себя «игровое» глобальное медиaprостранство, которое существенно влияет на способы подачи журналистского контента и на способы его восприятия.

Технологические достижения привели к глубоким изменениям в создании бренда на новом интерактивном онлайн-рынке. Основным катализатором этих изменений является доступность распространения и потребления контента. Новые способы распространения и потребления медийного контента через различные каналы и платформы создали не только возможности, но и проблемы для медиабрендинга.

Потребление медиаконтента через социальные платформы привело к увеличению важности аудитории как части медиабрендинга. Интерактивная аудитория стала главной частью формирования ассоциаций медиабренда, разработки продукта и распространения контента.

Интерактивность и доступность медиаконтента увеличили влияние опыта потребления, то есть впечатления, которые современный читатель, слушатель, зритель получает при взаимодействии с медиабрендом. Эти ассоциации становятся все более важными на высококонкурентном, фрагментированном и интерактивном медиарынке, характеризующемся переизбытком информации и медиаконтента.

Ассоциации с медиабрендом в условиях потребления контента на разных платформах

Многopлатформенное потребление размывает ассоциации с брендом. С одной стороны, развитие каналов распространения информации улучшает охват аудитории, ведь контент медиа-бренда доступен через несколько платформ. С другой стороны, увеличение числа каналов доставки контента могут ослабить ассоциации с медиабрендом [\[9\]](#).

Доступ аудитории к большому количеству дистрибьюторов контента увеличил долю

пользователей медиабрендов, которые не обращают внимание на источники потребляемого медиаконтента. Многим потребителям медиаконтента не важно, какой медиабренд распространяет контент, который они потребляют.

Многоплатформенное потребление контента приводит к тому, что ассоциации с брендом размываются.

На протяжении десятилетий контент и качество информационного контента были движущей силой медиабрендов. Поколение Z не представляет себе мир потребления информации без цифровых и мультиплатформенных элементов. Это поколение привыкло получать удовольствие от жизни. Поэтому от процесса потребления новостного контента они ожидают того же. Эта аудитория ожидает, что новостные бренды сделают свой продукт полезным, интересным и веселым [\[16\]](#).

Поколение Z очень зависит от мобильных технологий и проводит много времени в различных социальных сетях. Проблема новостных брендов заключается в том, что они и их продукты играют незначительную роль в жизни этого поколения.

Исследование Reuters выявило ключевые аспекты, которые определяют отношение поколения Z к новостным медиа. Новостной опыт должен быть простым и доступным, например, на платформах социальных сетей [\[16\]](#).

Стратегии контент-маркетинга позволяют медиабрендам предоставлять контент таким образом, чтобы это соответствовало ожиданиям новой аудитории. Это требует использования форматов, характерных для мобильных и социальных сетей.

Тенденция, связанная с поиском журналистами и издателями новых способов подачи материала, обеспечивающих прибыльность проектов за счет доступа к широкому читателю, которому предлагалось легкое занимательное чтение, нашла свое яркое развитие еще в начале XIX в. [17. С.40]. В ситуации кризиса традиционных средств массовой информации в интернет-пространстве начали гармонично взаимодействовать традиционные способы создания медиапродуктов и маркетинговые технологии. В XXI в. СМИ стали активно использовать инструменты контент-маркетинга, чтобы повысить узнаваемость собственных брендов.

Библиография

1. Ковалева И.В., Чубатюк Е. Развитие интернет-маркетинга в продвижении товаров на рынке: теоретический аспект // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 7. С. 63–68.
2. Роуз Р., Пулицци Д. Управление контент-маркетингом. Практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 229 с.
3. Бабаева А.А. Вирусный контент в социальных сетях как инструмент вовлечения (структурно-функциональные, жанрово-тематические и стилистические закономерности создания и реализации): дисс. канд. Филол. Наук. 2022. 217 с.
4. Баранова Е.А. Все, что Вы должны знать, если хотите развивать инфографику на газетном сайте // Медиаскоп. 2013. № 4. С. 3.
5. Баранова Е.А. Новые формы предоставления контента на сайтах российских газет // Вестник Волжского государственного университета им. В.Н. Татищева. 2016. № 3. С. 115-119.
6. Пуля В. Журналист-дирижер и пять уровней восприятия медиа // Медиаконвергенция, которая изменила мир? / Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции; под

ред. М.С. Корнева. М. 2014. – С. 80-84.

7. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика: учебное пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2023. – 156 с.

8. Стелзнер. М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху интернета; пер. с англ. Д. Баймухаметовой и О. Терентьевой. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 275 с.

9. Устинов В.В. Актуальные тенденции развития SMM-копирайтинга в СМИ // Знак. № 3 (37). 2020. С. 250-253.

10. Строгова Е.С. Сравнительный анализ материалов международных информагентств «Россия сегодня» и «Reuters»: дисс. канд. Филол. Наук. 2022. 172 с.

11. Тимофеев О. В. Постправда: популярное слово и новое явление в массовых коммуникациях // Творчество, профессия, индустрия: мат Междунар. науч.-практ. конференции «Журналистика в 2017 году». Москва: МедиаМир. 2018. С. 73-74.

12. Муравьёва О. В. Фейк-ньюс как новое медиабудущее // Творчество, профессия, индустрия: мат. Междунар. науч.-практ. конф. «Журналистика в 2017 году». М.: МедиаМир. 2018. С. 17-18.

13. Denning S. Arta povestirii în afaceri. Un ghid pentru lideri. Bucuresti: Ed Publica. 2011. 472 p.

14. Корсунская М. В. Динамика взаимодействия СМИ и аудитории: Контент-анализ российской прессы в экстремальной ситуации: дис. канд. Социол. Наук. 2006. 177 с.

15. Saulite L., Sceulovs D., Pollak F. The Influence of Non-Product-Related Attributes on Media Brands' Consumption // Journal of Open Innovation-Technology, Market, and Complexit. № 8 (3). 2022. P. 23.

16. Galan, L.; Osserman, J.; Parker, T.; Taylor, M. How Young People Consume News and The Implications for Mainstream Media; Reuters Institute for the Study of Journalism: Oxford, UK, 2019. 62 p.

17. Ратников К.В. Коммерческая и творческая составляющие русской журналистики: Мнение С. П. Шевырева о соотношении «словесности» и «торговли» в журналистской деятельности // Вестник Челябинского гос. университета. № 1. 2004. С. 40-46.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Оценка и анализ современных СМИ и других альтернативных форм является в данном мире актуальным процессом. Появляются новые работы, новые исследования, которые касаются указанной проблемы, что собственно и проявляется в данном рецензируемом труде. Замечу, что предметная область актуальна, она соотносится с изданием, серьезных противоречий нет. Фактическая мотивировка определена: «в современной медиасреде, где аудитория постоянно потребляет огромные пласты информации, все более актуальным становится вопрос эффективности инструментов SMM-продвижения в деятельности СМИ. С наступлением этапа Web 2.0 в развитии Интернета начали активно развиваться социальные медиа (социальные сети, видеохостинги, интернет-сервисы и др.) Аудитория стала не только потреблять информацию, но и создавать контент». Методы оценки адекватны, объективный предел выдержан. Термины и понятия соотносятся с унификацией значений: например, «с наступлением Web 2.0 журналистика стремительно ушла в онлайн-среду. Постепенно все больше людей стало отдавать предпочтение не только текстовому, но и аудиовизуальному контенту. Длинные тексты без визуализации перестали привлекать внимание потребителей информации. С

развитием социальных сетей многие СМИ начали создавать и развивать свои страницы на таких онлайн-площадках, как Telegram, «ВКонтакте», «Одноклассники», «Яндекс.Дзен». Аудитория средств массовой информации в социальных медиа стала нередко превышать аудиторию веб-сайтов» и т.д. Считаю, что общедоступный фон дает возможность верифицировать проблему точно и планомерно. Сам текст дробится на части, смысловая составляющая оправдана; при этом логика переходов находится в режиме полновесной связности. Материал достаточно актуален, нов, точка зрения автора прозрачна и выверена, практический ценз труда определенно обозначен. Стиль статьи соотносится с собственно научным типом: например, «Для реализации новой – цифровой стратегии – они в большей степени стали использовать площадки Web 2.0, на которых актуализируется важнейший инструмент сетевого маркетинга – стратегия контент-маркетинга. Она ориентирована «на создание ценного опыта для потенциального клиента. Люди полезны друг другу тем, что делятся ценным контентом, который обогащает фан-сообщество и делает компанию лидером в данной сфере. Вовлекающий контент, которым легко поделиться, в первую очередь помогает потребителям понять (причем самостоятельно), что продукт или услуга ... компании им жизненно необходима», или «Для адаптации контента под наиболее актуальные поисковые запросы на бытовые темы могут создаваться специальные рубрики. На сайте aif.ru есть рубрика «Актуальные вопросы». В условиях переизбытка информации сама новость уже не так важна. Важно, насколько она полезна конкретному человеку, функциональна для него. В интернет-редакциях многих СМИ получают большое количество вопросов от пользователей, систематизируют, редактируют их, а также часто формулируют вопросы сами журналисты, адаптируя их под пользовательский запрос», или «Стоит также сказать, что информагентства последнее время организуют всевозможные различные премии, конкурсы акции, встречи и клубы. В основном это делается для формирования и укрепления собственного имиджа, в условиях современного информационного рынка, «а также для попадания в информационное поле других СМИ не только в качестве источника какой-либо фактологической информации, необходимой для публикации, но и как полноценного автора медийной индустрии. Известность брэнда в этой части, его авторитетность и востребованность дает возможность увеличить число клиентов, а также нарастить массовую аудиторию и степень ее доверия» и т.д. Версия адаптива темы, на мой взгляд, оправдана, целевая составляющая достигнута. Даже при банальном описании автор достигает т.н. эффекта точечной оценки. Стиль наррации соотносится и тяготеет к научному типу: «в условиях жесткой конкуренции СМИ вынуждены искать новые механизмы воздействия на потребителей с целью завоевания их доверия и лояльности. Одним из наиболее прогрессивных методов в конкурентной борьбе за потребителя является процесс формирования медиабренда. Он помогает СМИ концентрироваться на потребностях целевой аудитории, дифференцироваться от конкурентов». Блочно вариативный вывод так или иначе соотносится базовой частью: «Стратегии контент-маркетинга позволяют медиабрендам предоставлять контент таким образом, чтобы это соответствовало ожиданиям новой аудитории. Это требует использования форматов, характерных для мобильных и социальных сетей. Формальный грейд издания выдержан, серьезных разночтений не выявлено. Рекомендую статью «Контент-маркетинг как инструмент продвижения медиабренда» к публикации в журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Ma F., Bulgarova B.A., Chen F., Mondal P. (2025). Risks and Governance Paths of Generative Artificial Intelligence in Mainstream Media Communication. *Litera*, IDOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.73062

Risks and Governance Paths of Generative Artificial Intelligence in Mainstream Media Communication / Риски и пути управления генеративным искусственным интеллектом в основных средствах массовой коммуникации

Ма Фэй

ORCID: 0009-0002-5688-1348

аспирант; филологический факультет; Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ 1042238104@pfur.ru



Булгарова Белла Ахмедовна

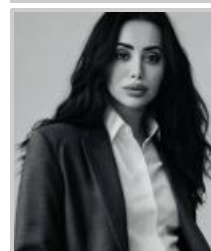
ORCID: 0000-0001-6005-2505

кандидат филологических наук

доцент; кафедра массовых коммуникаций; Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ bulgarova-ba@rudn.ru



Чэнь Фэнлань

ORCID: 0009-0007-2297-6126

аспирант; филологический факультет; Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ 1042238094@rudn.ru



Мондал Папия

ORCID: 0009-0006-0337-7059

аспирант; филологический факультет; Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ 1042235023@pfur.ru



[Статья из рубрики "Коммуникации"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.73062

EDN:

LIOOEP

Дата направления статьи в редакцию:

16-01-2025

Аннотация: Стремительное развитие генеративного искусственного интеллекта позволило человечеству стать свидетелем значительных изменений в технологии искусственного интеллекта с точки зрения возможностей и функциональности, а его мощная способность к самообучению, самоконтролю и эволюции постепенно открывала новую эру обобщенного искусственного интеллекта. В то же время это также указывает на то, что люди вступают в более сложную и рискованную интеллектуальную систему. Постепенное и широкое применение генеративного ИИ в основных медиакоммуникациях открывает перед медиасферой большие возможности для развития, с одной стороны, и рискованные задачи – с другой. Предметом данного исследования является генеративный искусственный интеллект. Объектом исследования является глубокий анализ рисков и траекторий управления генеративным искусственным интеллектом в основных средствах массовой коммуникации. В данном исследовании применялась комплексная методология, построенная на методе литературного анализа, наблюдения а также методе прогнозирования и сопоставления данных. Научная новизна исследования заключается в том, что авторами проводится анализ рисков, связанных с генеративным ИИ в основных средствах массовой информации, а именно: конфиденциальности и безопасности данных, риска манипулирования общественным мнением с помощью ложной информации и проблемы доверия населения к СМИ. Авторами исследования предлагается путь управления рисками с точки зрения политического руководства, регулирования и технологий, глобального сотрудничества и повышения грамотности, способствующий безопасному, надежному и здоровому развитию генеративного ИИ в основных средствах массовой информации. Поскольку технологии ИИ постоянно трансформируются, данное исследование довольно перспективно и вносит научный вклад в общую аналитику и пул исследований, связанных с применением ИИ в области медиа, рисками, опасностью и этическими вопросами.

Ключевые слова:

генеративный, искусственный интеллект, медиа, дезинформация, технологический, доверие, развитие, взаимодействие, человек, коммуникация

Scientific and technological development has increasingly become an important reference dimension for evaluating the competitive ability between countries, and the leapfrog breakout and advanced development of generative artificial intelligence represented by ChatGPT, Sora, etc. has once again highlighted the enormous development potential brought about by scientific and technological innovation. At the same time, it also highlights the urgency and importance of accelerating the standardized governance of generative AI. The intelligent service experience brought about by the advantages of generative artificial intelligence in human-computer interaction and human-computer collaboration not only improves social productivity and social intelligence, but also gradually

becomes an important technology driving force that pushes human society forward. In the field of media, the development and application of generative artificial intelligence has promoted a huge change in the production and communication of mainstream media content. As a new type of knowledge-generating medium, it is accelerating the rewriting of the content production and communication pattern in the media field. However, at the same time, the leapfrog progressive development and broad-spectrum application of generative AI have also extended the AI risk governance boundary and governance complexity. Therefore, based on the existing research results of generative AI in the media field, this paper attempts to systematically analyze and study the risks of generative AI in mainstream media communication, and puts forward the governance path to cope with the risks.

1. Origins: A Review of Generative Artificial Intelligence Research in the Media Field

Artificial intelligence is an interdisciplinary and comprehensive concept, which was initially proposed at an academic conference held at Dartmouth College in the United States in 1956, mainly referring to the creation of intelligent machines or programs. Since the birth and rapid development of artificial intelligence to date, artificial intelligence technology has experienced three waves, based on the nature of the technology has gradually shifted from "logical reasoning" to "knowledge engineering" and "machine learning" [1, p. 26-50, 155]. And supported by a variety of digital technologies such as arithmetic power, algorithms and big data together, the new generation of artificial intelligence is driving human society into the fourth industrial revolution [2, p. 139-159]. With the leaping and iterative development of AI technology, generative AI represented by ChatGPT, Sora, etc. has ushered in a leaping progression since 2022, inspiring profound social changes in various fields with the support of the three key technologies of pre-training, large modeling, and generative [3, p. 81-90]. So that people have witnessed a huge leap in AI technology in terms of fidelity and functional dimensions, and the initial prototype of generalized AI [4, p. 147-160]. Its powerful self-learning, self-supervision and evolution capabilities have gradually opened up a new era of general artificial intelligence. This signals that mankind will enter a more complex and risky intelligent system.

With the rapid iterative development of a variety of digital technologies, generative artificial intelligence is gradually embedded in the field of media communication, greatly enhancing the efficiency of content production and communication. The content production mode of the media is gradually changing from professional content production, user content production to artificial intelligence production. Generative artificial intelligence is accelerating the transformation and upgrading of digitization and intelligence in the media field. Back in 2015, Tencent Finance released writing robots such as Dreamwriter that caused a stir in the industry. However, this only improved content productivity to an incremental degree, and did not play an essential and revolutionary change. The iterative development of generative artificial intelligence breaks through the inherent tool attributes of technology, and the active exploration and application in the media field, content production and communication driven by generative artificial intelligence development has gradually become the norm and mainstream [5, p. 29-35]. The development of generative artificial intelligence has realized the leap to the subject attribute, changed the traditional pattern of communication subject, and realized the change from "human" to "human" and "machine" coexistence [6, p. 62-69].

Fundamentally, the rapid iterative development of generative AI technology further promotes the intelligent development trend of media communication, triggering disruptive

changes in the mainstream media communication landscape. The widespread application of generative AI in the media field, represented by Chat GPT, has become an important milestone in the intelligent upgrading of media. Relying on its powerful comprehension ability, it has demonstrated significant advantages in text creation, video image generation and other aspects [7, p. 32-36]. On the one hand, it fits the current intelligent development trend of information communication. On the other hand there are many risks associated with the widespread application of generative artificial intelligence, such as the risk of data privacy and security, and the risk of authenticity and accuracy caused by false information. Overall, scholars generally hold two attitudes towards the application of generative artificial intelligence in the media field [8, p. 37-40, 59.1]. One attitude is that generative AI is a super tool that will bring about profound changes to the order of communication, media ecology and so on. Another attitude is that it is only an auxiliary tool in the field of media communication and will not change the basic operating principles of the media industry.

In summary, it can be seen that the powerful functional characteristics of generative artificial intelligence are widely used in the media field, which improves the efficiency of content production and communication and enhances the user's intelligent service experience. At the same time, it also brings a lot of risks and challenges, further aggravating the hidden and diversified nature of risk prevention. Therefore, it is necessary for the national government, media platforms, individual users and other multiple subjects to participate in governance.

2. Challenges: Risks of Generative Artificial Intelligence in Mainstream Media Communication

The rapid iterative development of generative artificial intelligence and its wide application in mainstream media communication have injected new variables into the ecology of communication and public opinion. It not only expands the breadth and depth of the application field, but also extends the AI risk governance boundary and governance complexity. Therefore, this part will specifically analyze the possible risk issues brought by generative AI in mainstream media communication from the perspectives of data privacy and security risk, the risk of manipulating public opinion with false information, and the challenge of media trust.

2.1 Data Privacy Security Risks

Ian Ayres has mentioned that "big data analytics reduces the space for effective privacy, and people increasingly live in a world where they can't hide who they are, what they've done and what they'll do [9]." In the development of generative AI, data is the basis of its operation, an important resource for the development of AI, and to a certain extent, it is also seen as the core of intelligent communication [10, p. 42- 56]. In the process of mainstream media communication, the user's application of generative artificial intelligence has data privacy security risks in the process of data collection, storage and transmission. For example, when users are acquiring information through intelligent software, the application system often requests access to the user's personal privacy data permissions, and in this process, if personal information is excessively collected or collected in an opaque manner, the user's data privacy will be leaked and other security risks. Meanwhile, in the process of human-computer interaction, when the user and the generative AI carry out human-computer interaction questions and answers, the user needs to give up part of the personal data information in order to obtain the "private customized" intelligent services. After obtaining the relevant data, the generative AI generates a user profile

through data aggregation and analysis, thus obtaining a high-quality human-computer interaction experience. Of course, in the early stage of the use of generative AI, most users will use it cautiously due to data security considerations, but in the process of human-computer interaction, generative AI can still obtain various types of data such as the user's linguistic style characteristics, personal data information, current focus, and even identity in the process of information exchange. According to the data in the "Data Leakage Risk Landscape Report for the First Half of 2024", the number of data leakage incidents across the network reached 16,011 in the first half of 2024 alone, an increase of 59.58% compared to the data in the second half of 2023. This growth data also shows that data privacy security risk is an issue that requires urgent attention and increased vigilance.

2.2 Risk of Manipulation of Public Opinion through Disinformation

The embedding of generative AI in mainstream media has improved the efficiency of content production and communication and enhanced the user experience to a certain extent, but at the same time, it also provides a natural breeding ground for the breeding and proliferation of false information. In particular, the application of cutting-edge technologies represented by deep fake makes the content forms of generated disinformation more diverse and more difficult to recognize. Disinformation is usually referred to by the concept of "Disinformation", which refers to information that contains false or misleading content. The expressions "information fog" [\[11, p.74-81, 96\]](#), "misleading information" [\[12, p. 1-10\]](#) and "misinformation" [\[13, p. 102-113\]](#) were then derived. The purpose of communicating disinformation is to mislead the public through misinformation in order to achieve a certain goal. From the perspective of technology application, the development of generative artificial intelligence has further lowered the threshold of false information production and communication, and a large amount of false information has appeared in the media communication field showing the phenomenon of "information fog". At the end of 2023, the U.S. research organization released a report showing that fake news sites created using AI agents surged from 49 to more than 600 in seven months [\[14\]](#). While the application of artificial intelligence is increasing the efficiency of content production, it is also accelerating to become a communicator of false information and misinformation.

Deep fakes are alternative digital representations that have been processed or generated by artificial intelligence so as to be seen as real faked images and audio and video [\[15\]](#). With the rapid development of artificial intelligence technology, the multimodal function expansion of Deep Fake Technology not only makes false information more confusing and difficult to distinguish between true and false, but also makes it become a "weapon" to manipulate public opinion through the creation of false information. For example, some external forces may use Deep Fake Technology to generate false information or discriminatory information, and accelerate its communication to the field of public opinion, so as to realize the manipulation of the public opinion field and influence the direction of public opinion. Once these confusing and false information is accepted by the public, it is very likely to affect the value judgment and cognitive position of the public towards the country, society and events. Therefore, in mainstream media communication, we should be alert to the risk of manipulating public opinion by generating false information using Deep Fake Technology.

2.3 Media Trust Challenges

Media trust is the degree of public confidence in media organizations and the information they provide. This relationship of trust is based on the authenticity, reliability and accuracy

of media organizations [\[16, p. 29-31\]](#). For mainstream media, especially in the process of rapid development of generative artificial intelligence and its wide application in mainstream media communication, the correlation between the public's trust in the media and the authenticity and reliability of the communication content is more obvious. In terms of authenticity, authenticity is the life of news, and the influence of generative AI to generate the authenticity of communication content is manifested on the one hand in the authenticity and reliability of the training data. The enhancement of characteristics such as intelligence and humanization of generative AI needs to be realized through data training, and most of the training data come from open source data, automated data collection and public data. To a certain extent, these training data contain false information, misleading and biased contents. In the process of human-computer interaction and automated generation, it is possible to produce "artificial intelligence illusion", generating some seemingly reasonable but inaccurate content, affecting the public's overall perception of the communication content, thus reducing the public's trust in the communication content of the mainstream media. On the other hand, it is manifested in the timeliness of the data. The content generated by generative AI automation is largely based on the static database contacted during data training, which cannot be updated or provide the latest news reports in a timely manner. This means that the content generated by mainstream media through generative AI may have a certain lag. This will, to a certain extent, affect the authenticity and accuracy of the communication content, which in turn affects the public's trust in the media. Therefore, for content that needs to be reported and communicated in a timely manner, it is also necessary to ensure the timeliness of the communicated content through real-time data collection by media editors. In summary, it can be seen that for the possible risks of authenticity and accuracy that may exist in the communication of generative AI in the mainstream media and affect the public's trust in the media, it is necessary to strengthen the fact checking, reduce the interference of misleading or biased information to the public, and build a trustworthy cognitive space for the public with authentic and timely communication content.

3. Governance: Paths to Generative AI Risk Governance in Mainstream Media Communication

With the rapid iterative development of generative AI technology and its gradual use in mainstream media communication, strengthening AI governance has become a general consensus in society. The state, media organizations, operation platforms, and the public play important roles in risk governance, so it is important to give full play to the initiative and mobility of each subject in risk governance, and to jointly promote the safe, reliable, and healthy and good development of generative AI in mainstream media communication from the levels of policy leadership, regulation and technology, global collaboration, and literacy enhancement.

3.1 Policy Leadership: Constructing and Standardizing the Direction of Governance and Strengthening Self-regulation in the Media Industry

From the perspective of risk governance, governments are primarily responsible for addressing the risks of generative AI, playing an important role as supervisors and risk prevention and governance. At the level of government policy leadership, more and more countries in the world are rapidly moving from watching and not knowing what to do about generative AI to introducing policies to lead the construction and standardization of governance. For example, in June 2023, the EU Parliament passed the Artificial Intelligence Bill, and the latest draft added provisions specifically regulating the safety risks of

generative AI [\[17\]](#). In July 2023, the Canadian Center for Cyber Security (CCCS) released a guide, *Generative AI*, which details possible security risks such as data privacy, algorithmic bias, and disinformation associated with the use of generative AI [\[18, p. 48-53\]](#). In November 2022, China adopted the Administrative Provisions on Deep Synthesis of Internet Information Services to regulate the risk of generative AI content more comprehensively [\[19, p. 147-160\]](#). In July 2023 China issued the Interim Measures for the Administration of Generative Artificial Intelligence Services to regulate the provision and use of generative AI services. From this, it can be seen that countries around the world are enhancing their risk assessment and control capabilities and standardizing the direction of generative AI governance through policy leadership. At the level of the media industry, as generative AI becomes more widely embedded in mainstream media communication, the media industry should continue to improve its internal self-regulatory mechanism, clarify the media industry's code of conduct when using generative AI technology, and encourage media organizations to clarify the role of AI technology in the entire process of content production and communication [\[20, p. 29-31\]](#). Actively exploring the enhancement of fact-checking capabilities through generative artificial intelligence technology to improve the authenticity and accuracy of communication content.

3.2 Regulations and Technology: Improving Legal Norms and Data Management Processes

Legal regulation and technical statute are important links to prevent the risk of generative artificial intelligence in the field of media communication. Currently, generative artificial intelligence is still in the early stage of development, and as its application field in mainstream media communication gradually expands, timely and moderate legal norms and technical regulations are needed to promote the safe and healthy development of generative artificial intelligence on a safe track. First, improve the legal norms and update the concept of regulatory governance. The Interim Measures propose that the governance of generative AI should uphold the concepts of inclusive, prudent, and classified and graded regulation. Inclusive and prudent and classification and grading supervision has gradually become a new regulatory model recognized and accepted in the new industry because it is more in line with the regulatory thinking in the new economic form. As a rapidly developing new field and new form, this new regulatory model can minimize the interference of the emerging industry and maximize the regulatory benefits, and guide and regulate the safe and healthy development of generative artificial intelligence in the media field. For example, establish a perfect data classification and grading supervision mechanism, screen training data from the data source, improve the quality of training data and help release the value, and ensure the accuracy and objectivity of the output content in human-computer interaction and content generation. At the same time, we fulfill the obligation to protect the information and interaction records entered in human-computer interaction, so as to effectively and efficiently protect the security of personal data. Second, with the concept of good intelligence as the lead, the data management process is sound. With the iterative development of generative artificial intelligence, although the accuracy and richness of autonomous learning and generated content can be improved through massive data training, the continuous iteration of algorithmic technology has also led to more complexity in the hidden layer of technology. Therefore, the concept of good wisdom of good technology and good governance should be embedded in algorithmic technology to regulate the development of technology. On the one hand, internally, algorithmic supervision technology should be strengthened in the development of generative AI to realize effective internal code governance. On the other hand, a third party should be introduced to

supervise the development and application of algorithms and establish a user feedback system to realize effective external supervision [\[21, p. 21-30\]](#). In this way, we can realize the reduction of risks that may be caused by algorithms and other technologies from the inside out and led by the concept of Good Intelligence.

3.3 Global Collaboration: Strengthening Dialogue and Establishing Cooperation to Improve Global Artificial Intelligence Governance

The Global Initiative on Artificial Intelligence Governance calls on countries to strengthen information exchange and technical cooperation and to jointly address the risks posed by the rapid development of science and technology. The current world situation is evolving at an accelerated pace, and countries are clearly in competition and wariness of each other in terms of exploring exchanges and cooperation in the development and governance of artificial intelligence. And the risks posed by the iterative development of generative AI can no longer be faced and solved by any one country alone. As a global challenge, it requires the international community to strengthen cooperation and synergize to deal with it in terms of technological innovation, data resource construction and risk prevention. Therefore, strengthening communication and technical cooperation between countries around the world, accelerating the establishment of transnational communication and cooperation mechanisms, and improving global AI governance have become the way to deal with the security risks and challenges of generative AI. First, formulate international standards and safety norms. Countries should formulate standards and norms on aspects triggered by generative AI, such as data privacy and security protection, algorithm transparency, security ethics and morality, to ensure its safe and controllable development. Second, the media of various countries should strengthen dialogues and exchanges, establish a sense of sharing and co-construction, and build a transnational cooperation mechanism. Share experiences in technology research and development, data analysis, talent cultivation, etc., and exchange the latest developments and latest achievements. Promote the safe development of generative AI in the media field in the cohesion of consensus. Third, improve global AI governance. In the face of the risks brought about by the rapid iterative development of technology, mankind is in the same boat and shares the same fate. Therefore, perfecting global AI governance is precisely providing possibilities for solving the transnational governance problems lurking behind the iterative development of generative AI [\[22, p. 147-160\]](#). Based on this, from the perspective of global collaboration, we should actively carry out international cooperation and global action, uphold the spirit of security cooperation of "common, safe, cooperative and sustainable", improve the governance of AI, and promote the safe, reliable and healthy development of generative AI in various fields such as mainstream media.

3.4 Literacy Enhancement: Strengthening Intelligent Cognition and Improving People's Digital Literacy

Paul Gilster, the founder of digital literacy theory, explains digital literacy as being the ability to understand and use polymorphic information available through the Internet [\[23\]](#). Digital literacy is a combination of qualities and abilities such as information acquisition, interaction and sharing, ethics and morality in learning practices [\[24\]](#). With the intelligent iteration of generative AI and its increasingly widespread application in mainstream media communication, intelligence is gradually becoming a new way of being characterized in the daily life of the people. This intelligent mimetic environment requires the public to improve their cognitive ability in terms of the information they receive. Therefore, improving people's digital literacy has become a key link and an inevitable trend to adapt to the evolution of

the times and prevent risks. On the one hand, it is important to improve people's awareness of the application of intelligent products. The application of generative AI in mainstream media communication has improved the intelligent experience of the public, while the public knows little about the application of generative AI represented by ChatGPT. In the future, as the application of AI in mainstream media communication becomes more extensive and the experience more intelligent, it is more necessary for the public to have a more comprehensive understanding and knowledge of it. And to look at the intelligent change of mainstream media with a more open mind, to better adapt to the intelligent environment in the era of intelligent media [\[25, p. 65-72\]](#). On the other hand, it is important to enhance security guidance and digital literacy. In the face of the new digital divide and "digital leviathan" brought about by generative AI, we should enhance the people's ability to recognize and identify false information, public opinion manipulation and other contents and behaviors, cultivate the ability to correctly obtain and judge information, as well as the awareness of ethical and social responsibility, develop higher-order thinking, and improve people's digital literacy.

4. Conclusion

"The Smart Age is an era of development driven by the convergence of multiple digital technologies such as big data and artificial intelligence [\[26, p. 14-19\]](#)". With the emergence and rapid development of generative artificial intelligence, the concept of security has been continuously extended and expanded, and the concept of security is more and more based on cutting-edge technology and its prospective consideration, bringing a deeper level of change and reconstruction [\[27, p. 106-116\]](#). Along with the leap-forward development of generative AI and its broad-spectrum application in mainstream media communication, human beings are also witnessing the profound transformation of AI technology in terms of high intelligence, deep interactivity, etc., and seeing broader and more realistic intelligent application scenarios, as well as driving the development of human social life in the direction of greater intelligence and personalization. Generative AI with powerful human-computer interaction, human-computer collaboration and other capabilities gradually opened a new era of general artificial intelligence. At the same time, the rapid iterative development of generative AI also indicates that human beings are gradually entering a high-risk society operated by an intelligent system that is more complex and full of security risks. Therefore, in the face of the leapfrog iterative development of generative AI, we should not only see the new kinetic energy it provides for mainstream media communication, but also provide an integrated and comprehensive governance program for the innovative development and ecological construction of generative AI under the guidance of the concept of the security concept and with the multidimensional and holographic view of safety, in terms of conceptual awareness, conceptual scales, and technological methods [\[28, p. 109-118, 155-156\]](#). This will not only give full play to the technical effectiveness of generative AI, but also jointly promote the safe, reliable and healthy development of generative AI in mainstream media communication.

Библиография

1. Ли К. Преимущество искусственного интеллекта в технологической гегемонии США и изменение глобальных цепочек создания стоимости // Исследования в области международных отношений. 2020. № 1. С. 26-50, 155.
2. Агравал А., Ганс Дж., Голдфарб А. Экономическая политика в области искусственного интеллекта // Инновационная политика и экономика. 2019. № 19 (1). С. 139-159.
3. Ю Г.М., Су Дж.У. Коммуникационная революция и медиаэкология на волне

- генеративного искусственного интеллекта - от общения к будущему в эпоху тотального интеллекта // Журнал Синьцзянского педагогического университета (издание по философии и социальным наукам). 2023. № 5. С. 81-90.
4. Яо З.В., Ли З.Л. Правовое регулирование рисков, связанных с содержанием генеративного искусственного интеллекта // Журнал Сианьского университета Цзяотун (издание по социальным наукам). 2023. № 5. С. 147-160.
5. Куанг У.Б., Цзян З.В. Новое качество продуктивности интеллектуальных МЕДИА: теоретическая коннотация, операционная логика и пути реализации // China Editing. 2024. № 7. С. 29-35.
6. Чен Г. Исследование изменений и развития коммуникаций, основанных на генеративном искусственном интеллекте: на примере ChatGPT // Academia. 2024. № 6. С. 62-69.
7. Цзе К.Т., Ян Дж.Г. и Ниу Х.К. Обсуждение в условиях глубокой конвергенции МЕДИА: стирание границ, синергия и риски // Публикация в широком масштабе. 2023. № 11. С. 32-36.
8. Чжао Г., Сунь Г. и Ван К.Ю. Риски, возможности и инновационные пути формирования новой модели господствующего общественного мнения с точки зрения генеративного искусственного интеллекта // Китайский журнал радио и телевидения. 2023. № 8. С. 37-40, 59.
9. Ян Эйрес. Анализ больших данных и принятие решений. Гун Сянчжэнь, перевод. Пекин: People's Posts and Telecommunications Press, 2016.
10. Фан Х.Д., Чжун Х.М. Обсуждение концепций интеллектуальных медиа и интеллектуальной коммуникации - смена парадигмы коммуникации в условиях двойной дилеммы зависимости от пути и технологического мифа // Modern Publishing. 2022. № 3. С. 42-56.
11. Ци С.Х. Исследование по управлению информационным туманом в ЕС в контексте цифрового суверенитета // Теория и практика разведки. 2021. № 44(9). С. 74-81, 96.
12. Пэн З.Х. О закреплении, трансформации и переосмыслении концепции дезинформации в китайском контексте // Теория и практика разведки. 2022. № 45 (1). С. 1-10.
13. Ван Х.Н., Донг К.Х. и Сонг З.Дж. Обзор исследований по предотвращению дезинформации и борьбе с ней в социальных сетях // Журнал управления информационными ресурсами. 2022. № 12 (5). С. 102-113.
14. Год, когда искусственный интеллект усилил дезинформацию: обзор NewsGuard за 2023 год. NewsGuard. URL: <https://www.newsguardtech.com/misinformation-monitor/december-2023>.
15. Что такое "Глубокие подделки" и чем они могут быть опасны, 14 октября 2019 года. URL: <https://www.cnbc.com/2019/10/14/what-is-deepfake-and-how-it-might-be-dangerous.html>. 16 декабря 2024 года.
16. Сонг У. Риски и управление медиа-организациями в контексте интеллектуальной коммуникации // Медиа-форум. 2024. № 22. С. 29-31.
17. Коултер М., Мукерджи С. За вызовом законодателей ЕС обуздать чат-боты и генеративный искусственный интеллект. 2020. URL: <https://financialpost.com/pmnbusiness-pmn/behind-eu-lawmakers-challenge-to-rein-in-chatgpt-and-generative-ai>.
18. Ван Ю. Совет Безопасности ООН проводит первое заседание, посвященное рискам, связанным с искусственным интеллектом, и еще 11 другим // Мир Интернета. 2023. № 8. С. 48-53.
19. Яо З.В., Ли З.Л. Правовое регулирование рисков, связанных с содержанием генеративного искусственного интеллекта // Журнал Сианьского университета Цзяотун

(издание по социальным наукам). 2023. № 5. С. 147-160.

20. Сонг У. Риски и управление медиа-организациями в контексте интеллектуальной коммуникации // Медиа-форум. 2024. № 22. С. 29-31.

21. Чен Р., Цзян Ю.Х. Исследование по управлению генеративным ИИ: на примере ChatGPT. Научные исследования. 2024. № 1. С. 21-30.

22. Яо З.В., Ли З.Л. Правовое регулирование рисков, связанных с содержанием генеративного искусственного интеллекта // Журнал Сианьского университета Цзяотун (издание по социальным наукам). 2023. № 5. С. 147-160.

23. Гилстер П. Цифровая грамотность. John Wiley & Sons, Inc., 1. 1997.

24. Национальное информационное бюро Китайской Народной Республики по Интернету. План действий по повышению цифровой грамотности и навыков всех людей. URL: https://www.cac.gov.cn/2021-11/05/c_1637708867754305.htm?eqid=cbf2299d0000083e00000003642c005d.

25. Чжан Дж.К. Интеллектуальное управление СМИ: потенциальные риски и адаптация искусственного интеллекта для развития медиаиндустрии // Серия лекций Доньюэ. 2023. № 12. С. 65-72.

26. Чжоу Ю.Ю. Проблемы судебных услуг, основанных на интеллектуальных технологиях, и ответ на них // Восточное право. 2019. № 5. С. 14-19.

27. Тоу Х.Д. О рисках безопасности данных и гибком управлении генеративным искусственным интеллектом // Oriental Law. 2023. № 5. С. 106-116.

28. Сонг С.Л., Янг Ю.Ю. Суверенитет, безопасность и управление ими в широком языковом моделировании. Китайские высшие общественные науки. 2023. № 6. С. 109-118, 155-156.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье рассматриваются риски и пути управления генеративным искусственным интеллектом в основных средствах массовой коммуникации. Отмечается, что ученые придерживаются двух точек зрения на применение генеративного искусственного интеллекта в медиаиндустрии: одни считают, что это суперинструмент, который приведет к серьезным изменениям в коммуникации, медиаэкологии и т. д., другие убеждены, что это всего лишь вспомогательный инструмент в области медиакоммуникаций, который не изменит основных принципов работы медиа. Тем не менее очевидно, что использование технологий искусственного интеллекта в долгосрочной перспективе становится одним из трендов развития медиаиндустрии, такое стремительное развитие и широкое применение генеративного искусственного интеллекта порождает множество рисков и вызовов и требует их тщательного изучения и разработки стратегий управления рисками, чем и обусловлена актуальность данного исследования.

Теоретической основой работы выступили труды таких зарубежных исследователей, как П. Гилстер, Х. Д. Фан, Х. М. Чжун, С. Х. Ци, Ян Эйрес, З. В. Яо, З. Л. Ли, У. Сонг, Р. Чен, Ю. Х. Цзян, С. Л. Сонг, Ю. Ю. Янг, Х. Д., Ю. Ю. Чжоу, Г. М. Ю, Дж. У. Су, К. Ли и др. Библиография состоит из 28 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах рукописи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями. Методология проведенного исследования в статье не раскрывается, но очевиден ее традиционный характер. С учётом специфики предмета, объекта, цели и задач работы используются общенаучные

методы анализа и синтеза; описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию материала; методы контент- и дискурс-анализа.

В ходе анализа теоретического материала и его практического обоснования автор(ы) провели обзор исследований в области искусственного интеллекта в средствах массовой информации; рассмотрели риски, сопряженные с использованием генеративного искусственного интеллекта в массмедиа (связанные с конфиденциальностью данных, с манипулированием общественным мнением посредством искажения информации, с доверием к средствам массовой информации); изучили пути управления рисками, связанными с генеративным искусственным интеллектом в СМИ (формирование и стандартизация направлений управления и укрепление саморегулирования в медиаиндустрии; совершенствование правовых норм и процессов управления данными; глобальное сотрудничество при управлении искусственным интеллектом; повышение цифровой грамотности). Каждый рассматриваемый аспект подытоживается, что способствует системному видению полученных результатов исследования и их сопоставлению с поставленными задачами («провести систематический анализ и изучить риски, связанные с генеративным искусственным интеллектом в средствах массовой коммуникации, предложить стратегии управления рисками»). В заключении обобщается роль генеративного искусственного интеллекта в современных массмедиа, подчеркивается концепция безопасности («люди постепенно вступают в общество высокого риска, управляемое интеллектуальной системой, которая является более сложной и полной угроз безопасности») и необходимость разработать интегрированную и всеобъемлющую программу управления инновационным развитием и экологическим конструированием генеративного искусственного интеллекта.

Теоретическая значимость и практическая ценность исследования заключается в том, что его результаты расширяют знание в области генеративного искусственного интеллекта в медиаиндустрии, могут применяться в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике и в вузовских курсах по коммуникативной лингвистике, социолингвистике, медиалингвистике, информационным технологиям в журналистике и пр.

Стиль статьи отвечает требованиям научного описания, содержание соответствует названию, логика изложения материала четкая. В целом, рукопись имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Парфененко Е.Н. Особенности установления лексем, репрезентирующих концепт "исправительное учреждение" в английском и русском пенитенциарном дискурсе // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72949
EDN: KVPYQZ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72949

Особенности установления лексем, репрезентирующих концепт "исправительное учреждение" в английском и русском пенитенциарном дискурсе

Парфененко Елена Николаевна

кандидат филологических наук

доцент; кафедра иностранных языков; Российский Государственный Университет Правосудия

117418, Россия, г. Москва, ул. Новочеремушkinsкая, 69, каб. 1312

✉ mlenik@mail.ru[Статья из рубрики "Лингвокультурология"](#)**DOI:**

10.25136/2409-8698.2025.1.72949

EDN:

KVPYQZ

Дата направления статьи в редакцию:

05-01-2025

Аннотация: Данная статья посвящена исследованию сложной структуры концепта «исправительное учреждение», которая может быть репрезентирована как терминами, так и общеупотребительными лексемами в сопоставительном аспекте. Предметом работы выступает лексико-семантическая репрезентация концепта «исправительное учреждение» в английской и русской терминосистемах в области юриспруденции. Объектом исследования являются лексемы, вербализующие понятийный компонент концепта «исправительное учреждение» на базе словарей и юридических текстов на английском и русском языках. Целью исследования является выявление особенностей вербальной репрезентации концепта «исправительное учреждение» в текстах английского и русского языков в области юриспруденции. Центральным концептом в функционально-семантическом поле, репрезентирующим понятие «исправительное учреждение» в английском языке, является «prison». Однако наряду с ним в повседневном лексиконе носителей языка присутствуют термины «jail» и «penitentiary», которые в совокупности являются частью официально-делового и художественного

стилей. При написании статьи были использованы следующие исследовательские методы: метод сопоставительного анализа, метода компонентного анализа, сравнительный метод. В предложенной работе устанавливаются частотность и концептуальность каждого из приведённых выше терминов, а также на основе метода сравнительного анализа внешние условия, при которых употребление того либо иного понятия является семантически обусловленным. Посредством метода аналогии было выявлено, какие из имеющихся в английском языке синонимов наиболее соответствуют русскоязычным терминам «тюрьма», «сизо», «колония». В заключительной части статьи показана взаимосвязь тюремных жаргонизмов с процессом глобализации лингвокультуры, что подтверждает гипотезу о том, что жаргонизмы являются универсальным способом отображения окружающей действительности для представителей определённой ограниченной среды разных народностей. Практическая ценность статьи состоит в возможности применения ее материалов при составлении словарей, а также при разработке занятий по сопоставительному терминоведению английского и русского языков, сравнительной лексикологии английского и русского языков, межкультурной коммуникации в вузах.

Ключевые слова:

жаргонизм, исправительное учреждение, юридическая терминосистема, лексема, концепт, сопоставительное языкознание, эквивалент, функционально-семантическое поле, тюрьма, следственный изолятор

Лексемы, репрезентирующие концепт «исправительное учреждение», справедливо рассматривать в контексте пенитенциарного дискурса. Вопросами пенитенциарного дискурса занимались такие языковеды как Никишина Ольга Александровна, которая в своих трудах описывает англоязычный дискурс, а также процесс реализации властных отношений в пенитенциарном дискурсе. Шарко Мария Игоревна рассматривает общение в пенитенциарном дискурсе. Андреа Майер изучает тюремный дискурс в Великобритании [1-3]. Целью данной работы стало выявление сходств и различий концептуальных признаков концепта «исправительное учреждение» в английских и русских текстах. Предметом исследования является семантика английских и русских лексем, репрезентирующих понятийный компонент концепта «исправительное учреждение» в сопоставляемых языках. Данный концепт был выбран в связи с недостаточной изученностью его вербализации в сопоставительном языкознании. Научная новизна данного исследования состоит в том, что в нем впервые устанавливаются сходства и различия концептуальных признаков «исправительного учреждения» в английских и русских текстах. Материалом для исследования послужили статьи двуязычных, этимологических словарей, словарей синонимов, юридических словарей английского и русского языков, а также словарей сленга [Андрианов, Берсон, Никифоров, 2002; Мюллер, 2013; Clapp, 2000; Collins Online Dictionary, Электронный ресурс; Longman Dictionary of Contemporary English, Электронный ресурс; Macmillan English dictionary, Электронный ресурс; Martin, 2003, OED Historical Thesaurus, Электронный ресурс; Online Etymology Dictionary, Электронный ресурс; Oxford Dictionary of Law, Электронный ресурс; Partridge, 1984; Lighter, 1994]. Общее количество изученных лексических единиц составило около 40 на сопоставляемых языках.

В данном случае ядром концепта «исправительное учреждение» будет являться «prison», которое в свою очередь объединяет несколько подсистем, связанных с производными

терминами «prisoner» и «guard» [\[4-6\]](#). Таким образом, вокруг центрального концепта формируется определённое функционально-семантическое поле, которое включает в себя следующие элементы: синонимический, антонимический ряды, деривационное поле, а также тематические группы лексики тем либо иным образом связанные с ключевым словом.

Наиболее популярными эквивалентами русскому слову «тюрьма» в английском языке являются слова «prison» и «jail», пришедшие к нам из латинского языка. Поэтому при переводе русскоязычного варианта на английский язык нередко возникает дилемма между тем, какую из двух альтернатив предпочесть. Дополнительная сложность возникает в той связи, что время от времени даже носители языка сомневаются в том, какую из лексем выбрать, часто путая их в разговорной речи, не задумываясь над тем, к какому контексту более применимо то либо иное слово.

Так, выбирая между «prison» и «jail», необходимо учитывать то, о какой стране идёт речь. Единственным термином, получившим официальное закрепление в Великобритании, является «prison». Он же употребляется в официально-деловом стиле в тех случаях, когда необходимо оформить корреспонденцию. Употребляя термины «prison» и «jail» в английском языке, не имея в виду конкретное исправительное учреждения, а напротив, охватывая весь спектр пенитенциарных заведений, можно обойтись без артикля. Тогда как упоминая о конкретном исправительном учреждении, перед тем как характеризовать его лексемами «prison» и «jail» (допустимо в разговорном стиле), необходимо вставить артикль «the» [\[8,9, 12\]](#).

Несколько иначе устроена терминология в США, где большое значение имеет смысл вся фраза целиком. Так, говоря о месте заключения для граждан, отбывающих наказание за совершение тяжкого преступления (срок заключения год и более), обычно употребляют термин «prison». Данные учреждения находятся в ведении правительства того либо иного штата (state prison), а также Федерального бюро тюрем (Federal Bureau of Prisons).

Для того чтобы подобрать синоним к термину «prison», в американском английском можно воспользоваться существительным «penitentiary», которое на русский язык можно перевести как «исправительное учреждение», либо более конкретизировано «исправительная колония».

В разговорной речи американских граждан слово «jail» часто употребляется как собирательное название для исправительных учреждений разных типов. Тогда как в официально-деловом стиле данный термин имеет более узкое значение и может переводиться как «место для содержания лиц, ожидающих судебного разбирательства, либо отбывающих наказание за совершение мелкого преступления (осуждённых на год и менее), а также лиц, ожидающих перевода на новое место».

Таким образом, термином «jail» можно назвать американский аналог русского термина «СИЗО» или «следственный изолятор». Примечательно, что тот же термин в британском английском будет переводиться несколько иначе: «remand centre», либо в более распространённом варианте «remand prison». Альтернативой термину «prison» в Великобритании является также лексема «gaol». Отличие состоит лишь в том, что этот термин более широко употребим и используется для обозначения исправительных учреждений в том числе Австралии и Ирландии.

Помимо выше обозначенных понятий, в английском языке существует ряд других терминов, которыми можно охарактеризовать заведения пенитенциарной системы.

Наиболее популярными среди них являются: «facility», «prison facility», «cell house», «punitive institution», «choky» и «counter» несмотря на то, что в большинстве художественных произведений наиболее распространёнными по-прежнему являются термины «prison», «jail» и «penitentiary». Именно их использовали в своих произведениях такие авторы, как Дж. Чивер, Дж. Гришэм и С. Кинг [\[15: с.122-129\]](#). При этом по статистике в вышеупомянутых произведениях наиболее часто встречалось слово «prison», чуть менее часто «jail», «penitentiary» и «jailhouse», что позволяет говорить о них как о литературных вариантах русскоязычного термина «тюрьма».

Однако данную тенденцию можно объяснить и со стилистической точки зрения, поскольку некоторые из англоязычных аналогов русской лексеме «тюрьма» являются характерными для официальных юридических документов, а не для художественных текстов. К числу таковых терминов можно отнести «jail facility», «prison facility», «punitive institution». Кроме того, как уже было упомянуто, некоторые из терминов относятся исключительно к британской версии английского, что объясняет их отсутствие в текстах американских писателей.

Примечательно, что этимология трёх наиболее частотных лексем разнообразна и восходит к нескольким языкам: французскому и латинскому. Так, лексема «prison» вошла в употребление с начала 12 века в старофранцузском варианте «prisoun», которое подразумевало несколько вариантов перевода, а именно «пленение», «заключение», «тюрьма», «пленный». Термин «jail» также является заимствованием – cavea, что в исходном варианте можно было интерпретировать как «клетку», «пустое помещение», «стойло». Только в 14 веке данный термин изменил свой лексический окрас и вошёл в употребление аналог терминам «клетка», «тюрьма».

Термин «penitentiary» имеет чисто латинское происхождение и употребляется примерно с 15 века. В его исходном варианте «penitence» термин можно было перевести как «раскаяние», поэтому в английском языке данную лексему впервые начали употреблять, подразумевая место наказания за совершение преступлений против церкви. Таким образом, первоначальный вариант данного термина имел более узкую специализацию и тесную взаимосвязь с областью морального порицания [\[10, 11\]](#).

На основе происхождения трёх наиболее популярных терминов можно заключить, что наибольшее количество сходных черт имеют термины «jail» и «prison», так как оба они тесно связаны с глаголом «удерживать» с тем лишь отличием, что «prison» обозначает действие по удержанию, а «jail» место для заключения. Также оба этих термина объединяет процесс заимствования (исконный язык французский), тогда как третий концепт восходит к латыни. Различие с третьей лексемой заключается и в том, что изначально она не имела негативного окраса и означала «раскаяние». Негативный оттенок слово приобрело лишь став лексической единицей английского языка, в котором термин начал означать исправительное учреждение.

Рассматривая слово «penitentiary» посредством анализа посвящённой ему словарной статьи, можно прийти к следующему определению: «penitentiary» – место, где заключаются граждане, совершившие тяжкие преступления. В более расширенных определениях уточняется, что в заведениях, именуемых «penitentiary», могут в том числе находиться лица, ожидающие суда, что роднит данный термин с «jail». Однако полностью идентичными термины назвать нельзя, поскольку и «penitentiary», и «prison» находятся во владении федеральных органов власти.

Попыткой разграничить сферы применения трёх наиболее популярных в сфере

юриспруденции терминов, обозначающих исправительное учреждение, может стать составление сравнительной таблицы по следующим критериям: орган власти, в чьей компетенции находится надзор над заключёнными, тяжесть совершённого ими преступления, степень ограничения свободы, а также сроки заключения. Результаты представлены ниже:

Таблица

Параметры коннотативного сравнения лексических единиц «prison», «jail» и «penitentiary»

Лексическая единица	Орган власти	Тяжесть, совершённого преступления	Степень ограничения свободы	Сроки заключения
prison	Государство, федеральные органы власти	Тяжкие преступления (убийства, изнасилование, грабёж)	Отбывание наказания (после оглашения приговора)	Длительное пребывание в исправительном учреждении (больше 1 года)
jail	Местные органы власти	Нетяжкие преступления, мелкие правонарушения	Досудебное заключение, отбывание наказания	Кратковременное пребывание в исправительном учреждении (до 1 года)
penitentiary	Государство, федеральные органы власти	Все виды правонарушений	Досудебное заключение, отбывание наказания	Разные по длительности сроки заключения

В контекстном отношении термины «prison» и «penitentiary», как правило, употребляются в совокупности с лексемами «state» и «federal». Особенно часто такие сочетания приводятся в том случае, если в литературном произведении упоминается название какой-либо конкретной тюрьмы. Тогда как термин «jail» обычно употребляется в сочетании со словами «local» и «county».

По степени тяжести совершённых преступлений можно уточнить, что в исправительное учреждение, именуемое «prison», как правило, помещаются преступники, действия которых нанесли серьёзный урон жизни общества либо повлекли за собой смерть конкретного человека. «Penitentiary» является местом для заключения тех, чьи действия не нанесли столь сильного урона, но тем не менее затронули интересы общества либо государства. «Jail» в большей степени представляет собой место для содержания лиц, совершивших правонарушения, которые не сопряжены с частной жизнью граждан либо всего общества. Таким образом, термин «jail» лексически близок русскоязычному «следственный изолятор» и может восприниматься как «место для временного содержания подозреваемых» [\[2; с.157\]](#)

При переводе иностранных терминов на русский язык необходимо пользоваться не только справочной литературой, но и изучать правовые традиции других государств. Так, в Великобритании выделяется три вида тюрем: с максимальной, средней и минимальной степенью изоляции заключённых. Аналогично данному факту в российской системе исполнения наказаний существуют три вида колоний: общего, строгого, особого режима, а также колонии-поселения. Однако переводить английские названия с прямым

употреблением слова «колония» некорректно, поскольку необходимо учитывать реалии, в которых будет использовано данное слово. Таким образом, британская «minimum security prison» не является колонией общего режима в привычном понимании данного термина, а борстальские исправительные учреждения, в которых содержатся несовершеннолетние преступники, не являются исправительно-трудовой колонией для несовершеннолетних [\[16; с.122-129\]](#).

Тесно связан с терминологией, обозначающей «пенитенциарные заведения», тюремный лексикон, происхождение которого зачастую связано с конкретными людьми либо событиями. Так, большую роль в наименовании тех или иных привычных слов заключёнными играют метафоры, которые позволяют иносказательно выразить представление человека о внешнем мире. Некоторые из них являются антропометафорами [\[17\]](#). Как правило, к этой категории относятся имена собственные, утратившие своё первоначальное значение (связь с той личностью, которой обусловлено их появление) [\[18\]](#).

Анализируя материал пенитенциарного лексикона, можно выделить несколько групп антропометафор:

- метафоры, основанные на имени реально существовавшего человека. К таковым можно отнести термин «Black Maria», которым обозначают специализированный транспорт для перевозки заключённых. Появление данной лексемы восходит к личности темнокожей владелицы пансиона Марии Ли, которая в 19 столетии помогала доставлять полиции пьяных либо ведущих себя неподобающим образом постояльцев в тюрьмы. Иным примером можно назвать термин «Harry Holt», распространившийся от имени Гарольда Холта, австралийского премьер-министра, бесследно исчезнувшего в 1967 году. Данное дело до сих пор является беспрецедентным, поскольку полиции не удалось обнаружить по нему ни единой улики, а также выявить мотивы исчезновения высокопоставленного чиновника. Данные факты в совокупности объясняют то, что в тюремном лексиконе, а также в среде юридических жаргонизмов в целом лексема «Harry Holt» обозначает побег, совершённый при чрезвычайных обстоятельствах. Примечательно и то, что зародившись в Австралии, данный жаргонизм проник в терминологические системы других англоязычных стран, что свидетельствует о всеобъемлющей природе пенитенциарного лексикона [\[13\]](#). В русском же языке также существуют жаргонизмы основанные на именах: «Город Катаев» имеет значение тюрьма, хотя города с таким названием не существует. «Дядя Митяй» обозначает пересыльная тюрьма. «Иван Иванович» на языке аргос может иметь значение прокурор, «Ира» - это Уголовный кодекс, «Максим» - добродушный; камерный шут, «Тамарино обитание» - изолятор, «Ташкент» - костер, «Юрик» - вор.

- антропометафоры, основанные от имени вымышленных персонажей. К примеру, охранников в англоязычных странах часто неформально называют «ninja turtles» (прозвище происходит от популярного мультфильма «Черепашки ниндзя», костюмы которых весьма напоминают экипировку охранников исправительных учреждений, в которых они как правило подавляют локальные бунты). Схожее происхождение имеет жаргонизм «robosor» (название происходит от имени персонажа популярного фильма, который прославился своей неподкупностью и ревностной службой закону). В тюремном обиходе таким прозвищем часто называют охранников, которые замечают малейшее несоблюдение правил внутреннего распорядка заключёнными и своевременно доносят о них высшему руководству [\[14\]](#).

· антропометафоры, основанные на наиболее распространённых лексемах английского языка. К примеру, вне зависимости от реального имени полицейского заключённые часто именуют представителя закона именем собственным «John».

Некоторые из социолектизмов, присутствующих в тюремном жаргоне, имеют топонимическое происхождение, что означает, взаимосвязь их происхождения с реальными географическими названиями. Среди таких лексем достаточно много названий исправительных учреждений, имеющих те или иные особенности. К примеру, жаргоном «Siberia» часто называют изолятор, тогда как тюрьмы со свободным распорядком нередко встречаются в повседневном обиходе под неформальным наименованием «Disneyland».

Интересную для исследования группу социолектизмов представляют те из них, что основаны на проявлении заключёнными своих религиозных чувств. Так, многие из них называют место принудительного содержания «hell's front». Примечательно, что использование таких терминов в повседневном обиходе обусловлено не столько моральными принципами заключённых, сколько желанием существовать в более комфортной среде по отношению к другим осуждённым. Это вызвано тем, что для находящихся на территории англоязычных стран граждан, относящих себя к тому либо иному вероисповеданию, в камере могут быть организованы встречи со священником, специализированный рацион (взаимосвязанный с религиозными праздниками), а также более спокойные сокамерники, разделяющие их религиозные взгляды.

Также в среде заключённых широко представлены зоометафоры. Они обладают высокой эффективностью, поскольку на основе образа животных наиболее удачно характеризуют ту или иную черту характера человека, которая легко ассоциируется в сознании коммуникантов с определённым предметом, признаком либо явлением [\[19; с. 108-116.\]](#) К примеру, термином «road dog» заключённые часто называют своих лучших друзей, которым они могут довериться при любых обстоятельствах, а лексемой «fish» – только что прибывшего заключённого, который пока никак себя не зарекомендовал, потому вынужден терпеть насмешки от сокамерников. Тогда как лексема «wood duck» скорее характеризует «неопытного» заключённого (прежде не имевшего тюремного срока), который, чтобы быстрее адаптироваться к новой обстановке, повторяет действия за старшими товарищами [\[20\]](#). В русском языке также достаточно много зоометафор, например: «акула» - осужденный на длительный срок с конфискацией имущества; «аллигатор» - преступник, способный на любое преступление; «баклан» - неопытный, начинающий вор, хулиган; «жук» - опытный вор; «зебра» - жалюзи на окнах камеры; «крокодил» - поезд; «муха» - пуля; «паук» - надзиратель, тюремный ростовщик.

В русском языке термин «тюрьма» имеет много аналогов среди жаргонизмов: «академия», «деревня», «кишлак», «сумка», «цынта» или «цынтовка». Некоторые жаргонизмы обозначают отдельные помещения в исправительных учреждениях: «чулан» - карцер; штрафной изолятор, или следственный изолятор временного содержания (СИЗО) - «аквариум».

Таким образом, юридическая терминосистема представляет собой совокупность из нескольких пластов: официальная (литературная) лексика, присутствующая в официально-деловом стиле (оформлении корреспонденции, законодательстве), и жаргонизмы, являющиеся частью неформальной среды коммуникации заключённых. На основе анализа двух приведённых категорий можно сравнить российскую и зарубежную тюремные системы, в том числе устройство исправительных учреждений различных уровней разных стран. Не в полной мере исследованным пластом в лингвистике остаётся

вопрос о сравнении отечественного и зарубежного тюремного жаргона, на основе чего можно сделать вывод об отношении заключённых к различным мерам ограничения свободы и их эффективности, а также выработать универсальный подход к системе исполнения наказаний за совершение наиболее тяжких преступлений.

Библиография

1. Mayr Andrea. Prison Discourse. Palgrave Macmillan London, 2003. [Electronic Resource]. URL: <https://doi.org/10.1057/9780230511965> (date of admission: 17.01.2025)
2. Никишина О.А. Лексикон англоязычного пенитенциарного дискурса / О.А. Никишина // Вестник Брянского государственного университета. №3 (29). 2016. 157с.
3. Никишина О. А. Общая характеристика процесса реализации властных отношений в пенитенциарном дискурсе / О. А. Никишина, А. Н. Салькаева. Е. В. Пестова // Научное обозрение : электрон. журнал. № 4. 2017.
4. Англо-русский юридический словарь / С. Н. Андрианов, А. С. Берсон, А. С. Никифоров. М.: РУССО, 2002. 512 с.
5. Мюллер В. К. Большой русско-английский словарь / В. К. Мюллер. – М.: Эксмо, 2013. 1328 с.
6. Cambridge Dictionary [Electronic Resource]. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (date of admission: 17.01.2025).
7. Clapp James E. Dictionary of the Law. The new authority on Traditional and Modern Terms / J. E. Clapp. New York: Random House Webster's, 2000.
8. Longman Dictionary of Contemporary English [Electronic Resource]. URL: <http://www.ldoceonline.com> (date of admission: 17.01.2025).
9. Macmillan Dictionary [Electronic Resource]. URL: <http://www.macmillandictionary.com/> (date of admission: 09.03.2019).
10. OED Historical Thesaurus [Electronic Resource]. URL: <http://www.oed.com> (date of admission: 17.01.2025).
11. Online Etymology Dictionary [Electronic Resource]. URL: www.etymonline.com (date of admission: 17.01.2025).
12. Oxford Dictionary of Law [Electronic Resource]. URL: <https://www.oxfordreference.com> (date of access: 17.01.2025).
13. Partridge E. A Dictionary of slang and unconventional English: Colloquialisms and catch phrases, fossilised jokes and puns, general nicknames, vulgarisms and such Americanisms as have been naturalised / Edited by Paul Beale. 8th ed. New York: Macmillan Publishing Co., 1984. XXIX.
14. Lighter J.E. Random House historical dictionary of American slang. Vol. 1, A-G. New York: Random House, 1994. 1006 p.
15. Колесниченко А.Н. Особенности функционирования английского и русского сленга в художественной литературе // Филологические науки. Вопросы теории и практики, № 5 (23) 2013, часть 2. С. 112-115. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2013_5-2_29 (дата обращения: 17.01.2025)
16. Борисова Л.А. Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. 2009. № 4. С. 122-129.
17. Маслова, В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб., заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 208 с.
18. Малышева С.С. Англоязычный театральный социолект в статике и динамике (социо-лексикологический подход) //Череповец: ЧГУ, 2012. 197 с.
19. Чудинов А.П. Структурный и когнитивный аспекты исследования метафорического моделирования // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества. Екатеринбург, 2004. Т. 6. С. 108-116.

20. Могиленко Н.С. Англоязычный пенитенциарный социолект: некоторые лингвокультурологические особенности / Н.С. Могиленко // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. № 1 (67). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://research-journal.org/archive/1-67-2018-january/angloyazychnyj-penitenciarnyj-sociolekt-nekotorye-lingvokulturologicheskie-osobennosti> (дата обращения: 17.01.2025)

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

На рецензирование представлена статья «Особенности установления лексем, репрезентирующих концепт "исправительное учреждение" в английской и русской юридических терминосистемах».

Предмет исследования – семантика лексем, репрезентирующих понятийный компонент концепта «исправительное учреждение» в английском и русском языках.

Методология исследования основана на сочетании теоретического и эмпирического подходов с применением методов анализа, сравнения, обобщения и синтеза.

Актуальность работы обусловлена важностью корректного применения юридической лексики как в сфере профессионального употребления, так и за её пределами: в частности, в художественной литературе или при широком освещении правовых вопросов в средствах массовой информации, обусловленном интересом общественности к криминогенной обстановке и средствам борьбы с преступностью.

Научная новизна заключается в многоаспектном и комплексном характере исследования, направленного на выявление сходств и различий концептуальных признаков концепта «исправительное учреждение» в английских и русских текстах.

Стиль изложения научный, структура, содержание. Статья написана русским литературным языком. Структура рукописи включает следующие разделы (в виде отдельных пунктов не выделены, не озаглавлены): введение (содержит постановку проблемы, сформулированы цель, предмет, научная новизна); основная часть (выполнен комплексный анализ концепта «исправительное учреждение»; проведено коннотативное сравнение лексических единиц «prison», «jail» и «penitentiary»; пенитенциарный лексикон проанализирован через призму антропометафор, выделено несколько групп антропометафор; рассмотрены социолектизмы, имеющие топонимическое происхождение, а также зоометафоры и др.); заключение (автор делает общие выводы); библиография (включает 9 источников).

Выводы, интерес читательской аудитории.

Исследование имеет практическое значение для эффективной коммуникации на межнациональном уровне, проведенный анализ даёт представление об особенностях установления лексем, репрезентирующих концепт «исправительное учреждение» в английской и русской юридических терминосистемах. Результаты исследования могут быть использованы на лекциях и практических занятиях по дисциплинам «Иностранный язык в сфере юриспруденции» и «Профессионально ориентированный перевод».

Рекомендации автору:

1. В статье не указан объем эмпирического материала и его источники, не приведены методологические основы проведенного исследования. Есть потребность в корректировке названия статьи: обозначено, что исследование сфокусировано на юридических терминосистемах, однако в поле зрения попали и жаргонизмы.
2. Необходимо уделить большее внимание обзору и анализу научных работ, теоретический анализ современных источников также является недостаточным.

3. Было бы уместно привести бóльшее количество иллюстративных примеров как подкрепление теоретические измышлений автора статьи. Возможно, эмпирический материал позволяет продемонстрировать специфику использования лексем, репрезентирующих концепт «исправительное учреждение», в дискурсе.
 4. В статье уделено внимание социолектизмам, однако в большей степени рассмотрены лексические единицы английского языка, было уместно выполнить сравнение путей обогащения соответствующих лексиконов в английском и русском языках, привести данные об их частотности.
 5. Следуют упорядочить использование кавычек и перепроверить текст на предмет опечаток, описок и пропусков символов. Кроме того, необходимо проверить наличие в тексте ссылок на первоисточники.
 6. Библиографические описания некоторых источников нуждаются в корректировке в соответствии с ГОСТ и требованиями редакции. Стоит расширить библиографию, в том числе увеличить долю отечественных и зарубежных работ за последние 3 года.
- Материал представляет интерес для читательской аудитории, но требует доработки, после чего может быть опубликован в журнале «Litera».

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступает семантика английских и русских лексем, репрезентирующих понятийный компонент концепта «исправительное учреждение» в английском и русском языках. Актуальность работы не вызывает сомнения и обусловлена, во-первых, повышенным интересом исследователей к лингвистической концептологии (концепт исследуется как элемент лингвокультурологии или культурологии, национальной языковой картины мира и часто сравнивается с картинами мира других языков, как характерная особенность авторского идиолекта и пр.); во-вторых, недостаточной изученностью пенитенциарного дискурса и его концептосферы; в-третьих, расширением международных контактов, требующих разработки лингвистических основ эффективной межкультурной коммуникации. Современному человеку полезно знать и понимать особенности правовых систем разных стран. Юридическая терминология и юридический дискурс в целом представляют собой одну из наиболее сложных и востребованных сфер, в которых необходимо научное осмысление теории и практики поиска межкультурных соответствий. Теоретической основой исследования выступили труды таких российских и зарубежных ученых, как О. А. Никишина, А. Н. Салькаева, Е. В. Пестова, А. Н. Колесниченко, А. П. Чудинов, Н. С. Могиленко, Андреа Майр и др. Библиография статьи насчитывает 20 источников, в том числе 11 – лексикографических. В целом, библиография соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах рукописи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями. Однако автор(ы) совсем не апеллируют к актуальным научным работам, изданным в последние 3 года, что не позволяет судить о реальной степени изученности данной проблемы в современном научном сообществе. Также считаем, что обращение к фундаментальным трудам по лингвистической концептологии и правовой концептосфере, теории дискурса, в том числе вопросам институциональных дискурсов, несомненно, усилило бы теоретическую базу исследования. Эмпирическим материалом послужили статьи двуязычных, этимологических словарей,

словарей синонимов, юридических словарей английского и русского языков, а также словарей сленга [Андрианов, Берсон, Никифоров, 2002; Мюллер, 2013; Clapp, 2000; Collins Online Dictionary; Longman Dictionary of Contemporary English; Macmillan English dictionary; Martin, 2003, OED Historical Thesaurus; Online Etymology Dictionary; Oxford Dictionary of Law; Partridge, 1984; Lighter, 1994]. Общее количество изученных лексических единиц – около 40 на сопоставляемых языках.

Методологическую базу исследования составили описательный, функциональный, прагматический, сопоставительный методы, метод компонентного анализа, комплексный лингвистический анализ, элементы дискурс-анализа. Выбор методов оправдан и соответствует цели и задачам работы («выявление сходств и различий концептуальных признаков концепта «исправительное учреждение» в английских и русских текстах»). Результаты коннотативного сравнения лексических единиц «prison», «jail» и «penitentiary» представлены в таблице.

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили сформулировать ряд выводов относительно особенностей установления лексем, репрезентирующих концепт «исправительное учреждение» в английском и русском пенитенциарном дискурсе. Автор(ы) замечают, что не в полной мере изученным пластом в лингвистике остаётся вопрос о сравнении отечественного и зарубежного тюремного жаргона, что свидетельствует о перспективе дальнейшего исследования.

Теоретическая значимость работы связана с определенным вкладом ее результатов в развитие таких современных научных направлений, как юридическая лингвистика, социолингвистика, прагмалингвистика, теория дискурса, лингвосемиотика. Практическая значимость заключается в возможности использования этих результатов при создании учебно-методических материалов по лексикологии, общему языкознанию, стилистике. Материалы работы могут быть использованы в вузах гуманитарного направления при изучении курсов по терминоведению, правоведению и общей теории права (при составлении и категоризации терминологической базы юридического английского языка), философии науки и когнитивной лингвистике. Данная работа, безусловно, будет полезна научному сообществу в дальнейших исследованиях концептосферы пенитенциарного дискурса.

Стиль изложения материала отвечает требованиям научного описания, содержание рукописи соответствует названию, логика четкая. Обращаем внимание на лексикографическое описание источника 16 (видимо, из-за технической ошибки отсутствует название научной работы). Все замечания носят рекомендательный характер.

Статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Ван Ф., Галай К.Н. Женский образ в русской деревенской прозе (религиозный аспект) // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72109 EDN: KJRQVA URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72109

Женский образ в русской деревенской прозе (религиозный аспект)

Ван Фань

аспирант; кафедра русской и зарубежной литературы; Российский Университет Дружбы Народов им.
Патриса Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 3

✉ FanWangz_nefuer@163.com

**Галай Карина Назировна**

доктор филологических наук

доцент; кафедра русской и зарубежной литературы; Российский университет дружбы народов им.
Паириса Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая 6, 3

✉ FanWangz_nefuer@163.com



[Статья из рубрики "Литературоведение"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72109

EDN:

KJRQVA

Дата направления статьи в редакцию:

28-10-2024

Аннотация: В русской деревенской прозе женский образ часто рассматривается через призму религиозного аспекта, что подчеркивает его глубокую духовную природу и связь с традициями. Женщины в этих произведениях выступают носительницами народной морали и религиозных ценностей, а их характеры и действия нередко иллюстрируют библейские архетипы. Исследование женских образов в контексте религии позволяет выявить их роль в сохранении культурной идентичности и духовной жизни деревни. Женщины, как хранительницы традиций, представляют собой символы стойкости и преданности, что делает их важными фигурами в литературном наследии. Анализируя их

образы, можно глубже понять взаимосвязь между религиозностью и социальным статусом, а также влияние религиозных представлений на формирование женской идентичности в условиях деревенской жизни. Предмет исследования: изучение женских образов в русской деревенской прозе через призму религиозных верований и влияния православных традиций на формирование их характеров. Литературный анализ текстов (работы Шукшина, Распутина и других), сравнительный анализ (анализ религиозных мотивов в произведениях разных авторов), историко-культурный подход (влияние православия на деревенскую жизнь), социологический подход, феноменологический подход, символический анализ и контекстуальный анализ являются методологией исследования данной статьи. Научная новизна: Анализ религиозного аспекта женских образов, который не был ранее детализирован, раскрывает глубокие внутренние конфликты героинь, их сопротивление и взаимодействие с религиозными и социальными нормами. Апелляция к оппонентам: Оспаривание позиций, где женский образ в деревенской прозе представлен как исключительно жертвенный, без учёта духовной силы, противоречий и внутренних конфликтов персонажей. Русская деревенская проза традиционно сосредотачивалась на изображении сельской жизни и её тесной связи с православной верой и культурными устоями. Женский образ в этой литературе выступает не только как хранительница семейных ценностей, но и как символ религиозных традиций, воплощая в себе духовные поиски и жертвенность. Роль религии в жизни русских деревенских женщин глубоко влияет на их решения, внутренние конфликты и судьбы. Настоящее исследование направлено на раскрытие религиозных мотивов в построении этих образов, анализ их влияния на героинь и их взаимодействие с духовными и социальными ожиданиями.

Ключевые слова:

Женские образы, русская деревенская проза, религиозный аспект, духовность, мораль, культурная идентичность, социальный статус, хранительницы традиций, народная культура, религиозные ценности

Исторический и культурный контекст

Русская деревенская проза традиционно сосредотачивалась на изображении сельской жизни и её тесной связи с православной верой и культурными устоями. Женский образ в этой литературе выступает не только как хранительница семейных ценностей, но и как символ религиозных традиций, воплощая в себе духовные поиски и жертвенность. Роль религии в жизни русских деревенских женщин глубоко влияет на их решения, внутренние конфликты и судьбы. Настоящее исследование направлено на раскрытие религиозных мотивов в построении этих образов, анализ их влияния на героинь и их взаимодействие с духовными и социальными ожиданиями.

Исследование женского образа в русской деревенской прозе последних лет акцентирует внимание на его религиозных аспектах, что связано с моральными, духовными и культурными традициями русской деревни.

В статье «Стереотипизация женского образа в русской литературе» авторы Иванов П. В. рассматривают религиозные символы и мотивы, формирующие образ женщины в произведениях таких классиков, как Василий Шукшин и Валентин Распутин. Работа акцентирует внимание на роли внутренней борьбы и поиске духовного спасения, что позволяет трактовать женскую фигуру как воплощение нравственных основ сельской

общины.

Исследование «Религиозные мотивы в изображении русской женщины-матери» посвящено анализу произведений Валентина Распутина и Фёдора Абрамова. В нём автор-Смирнова, Е. А. подчёркивает значение религиозных символов и темы жертвенности, раскрывающейся через фигуру матери-хранительницы семейных устоев и духовных ценностей.

В работе «Эсхатологические темы в деревенской прозе» исследуются религиозные образы в текстах русских писателей 1970-х годов и их современное переосмысление. Авторы рассматривают религиозное воспитание героинь и их экзистенциальные поиски через веру, что позволяет раскрыть роль религиозного сознания в идентификации женского начала в русской деревне

Русская деревенская проза возникла в середине XX века как отражение драматических перемен в жизни Российской деревни, которые были вызваны коллективизацией, индустриализацией и войнами. Произведения этого направления воплощают ценности крестьянской культуры, основанные на глубокой связи с природой, семейными и религиозными традициями. Женские образы в деревенской прозе часто представляют собой воплощение духовности, православной жертвенности и нравственности. В условиях разрушения традиционного уклада героини стремятся сохранить свою идентичность, следуя религиозным заповедям, что становится основой их внутренней силы и морального стержня.

Появление деревенской прозы как историко-литературного феномена не было случайным, поскольку оно отражало общие настроения и процессы, происходившие в стране в период после Великой Отечественной войны, когда ускоренная урбанизация и индустриализация начали коренным образом менять облик России. Эти изменения сопровождалось резким сокращением численности сельского населения, разрушением традиционного уклада жизни и постепенным оттеснением крестьянской культуры на периферии общественного сознания. В таких условиях деревенская проза стала не только художественным выражением ностальгии по утраченному миру, но и способом осмысления этих перемен. Литература, обращенная к деревне, занимала особое место в советской культуре, так как именно эта деревня, с ее многовековой историей, традициями и обычаями, являлась носителем тех духовных и моральных ценностей, которые во многом обеспечивают национальную идентичность.

Главной особенностью деревенской прозы является ее глубокая связь с историческими и культурными проявлениями русского народа. Она, как историко-литературный феномен, обращается к базовым ценностям и традициям, которые формировались на протяжении веков и стали частью национальной культуры. В центре внимания деревенской прозы находится крестьянский быт, уважение человека к Богу, к природе, морально-этические вопросы, которые в условиях кризиса традиционного уклада приобрели особую актуальность.

Историко-культурные особенности деревенской прозы заключаются в её способности отражать и осмысливать те изменения, которые происходили в российском обществе в середине XX века с точки зрения не только социально-экономической, но и культурной составляющей, так как они затрагивали базовые элементы национальной идентичности, такие как религия и традиции. Литература, обращённая к теме деревни, становилась способом выразить тревогу по поводу утраты этих ценностей, и в то же время — способом их сохранить и передать будущим поколениям.

В условиях поствоенного общества деревенская проза, как культурное явление, выполняла важную функцию, предоставляя возможность сохранить память о прошлом и осмыслить его уроки. Это направление было тесно связано с темой исторической памяти, которая в условиях стремительных перемен приобретала особую значимость. Литература, посвящённая деревне, стала способом выражения народной мудрости, воплощённой в традициях и обычаях, которые на протяжении веков передавались из поколения в поколение. Деревенская проза, не только отражала реалии своего времени, но и выступала как своеобразный хранитель национального духа, что особенно важно в условиях, когда традиционные ценности оказались под угрозой исчезновения. Эта литература помогала читателям осмыслить своё прошлое, осознать своё место в мире и задать себе важные вопросы о том, что значит быть человеком в условиях стремительно меняющегося общества.

В условиях поствоенного общества деревенская проза выступала не только хранительницей традиций, но и отражала изменения в восприятии роли женщины в обществе. Традиционные образы женщин в литературе, как правило, ассоциировались с образом хранительницы очага, ролью матери и жены. Однако, в условиях быстрого изменения социальной и культурной среды после войны, эти стереотипы начали подвергаться переосмыслению. Деревенская проза стала ареной для исследования трансформации роли женщины, отражая её новые общественные функции, а также внутренние противоречия, возникающие на стыке старых и новых ценностей.

Женщина в послевоенной деревенской прозе часто предстает не только как хранительница традиций, но и как активная участница перемен. В ряде произведений она олицетворяет связь между прошлым и настоящим, одновременно оказываясь в центре социального и культурного кризиса. Литература в этом контексте не просто описывала её роль как матери и жены, но и ставила вопросы о её самоопределении, возможностях личной свободы и выбора. В этом контексте, деревенская проза выполняла функцию не только сохранения культурной памяти, но и осмысления того, как женщины в новых условиях искали свою идентичность и место в обществе, и как их восприятие и роль в культуре менялись под влиянием времени.

Одним из ключевых религиозных аспектов является то, как в деревенской прозе изображается борьба между духовным и материальным, между верой и отчаянием. В послевоенном обществе, где люди сталкивались с разрушением привычных устоев и моральных ориентиров, религиозные поиски стали важным элементом осмысления человеческого существования. Женщина, как связующая нить между поколениями, часто оказывается не только носителем традиции, но и символом стремления к духовному очищению и поиску ответов на вопросы о жизни и смерти, о справедливости и грехе.

В центре религиозного аспекта деревенской прозы лежат вопросы о духовной жизни человека и его месте в мире. В деревенской прозе часто появляется образ Бога, представляющего собой символ не только традиционной духовности, но и катарсиса, очистительного процесса, связанного с пережитыми страданиями. В этом контексте роль женщины приобретает новый оттенок. Часто она представляется как воплощение духовной силы, глубоко привязанной к религиозным традициям, но также способной сомневаться, переживать кризис веры или искать новые формы духовности. Женщина в деревенской прозе становится не просто символом семьи и материнства, но и отражением внутренних поисков в области веры, её сомнений и откровений.

Религиозные мотивы в деревенской прозе часто перекликаются с идеей очищения,

покаяния и прощения, что также важно в контексте изменения роли женщины. Женщины в послевоенной деревенской прозе могут быть изображены как те, кто находит в религии силы для того, чтобы преодолеть личные и социальные испытания, что делает их фигуры особенно значимыми как в контексте личной, так и в контексте общинной и культурной памяти. В этом свете, религиозный аспект становится не только частью сохранения традиции, но и инструментом самопознания и духовного возрождения в условиях глубоких перемен.

Примеры религиозного аспекта в женских образах

Примером религиозного аспекта в женских образах русской деревенской прозы можно считать героинь в произведениях Валентина Распутина. В повести *«Последний срок»* (1970) мать Анна олицетворяет православные ценности, терпение и покорность. Ее вера помогает ей пережить трудности, а в момент смерти она стремится примирить свою семью. В повести *«Прощание с Матёрой»* (1976) женщина-героиня Дарья противостоит уничтожению своего дома и природы, находя моральную опору в вере и традициях, что отражает конфликт между старым и новым миром.

1. Валентин Распутин. «Прощание с Матёрой»

Одним из наиболее ярких примеров религиозного женского образа является Дарья в повести Валентина Распутина *«Прощание с Матёрой»* (1976). Дарья, пожилая женщина, воспринимает свой дом как священное место, а природу и землю — как божественный дар, с которым нужно обращаться с уважением и благодарностью. Она противостоит разрушению Матёры, деревни, погружаемой под воду в ходе строительства гидроэлектростанции. Дарья сохраняет приверженность христианским идеалам, воспринимая своё сопротивление как борьбу за сохранение не только родной земли, но и духовного наследия. В её образе прослеживается соединение религиозных верований с защитой традиционного уклада жизни.

Первое, на что стоит обратить внимание при анализе образа Дарьи, — это её отношение к земле. В её восприятии земля не просто объект физического существования, а нечто священное, связанное с духовными истинами. Одной из ключевых цитат, раскрывающих её отношение к происходящему, является её убеждение, что «нельзя предавать землю — мать» и что борьба за её сохранение — это не просто физическое противостояние, а духовная обязанность. Она осознаёт, что «земля — это святое», и в её борьбе за Матёру прослеживается защита не только деревни, но и духовного наследия.

Здесь земля олицетворяет не только мать как источник жизни, но и священное пространство, которое необходимо защищать. В христианской традиции земля часто ассоциируется с образом Матери Божией — как хранительницы мира и благословенного источника жизни.

Матёра в повести Распутина не только географическое место, но и символ. Это место, где, по мнению Дарьи, укоренены всё, что составляет духовную и моральную целостность её мира. В её глазах Матёра — это не просто родная деревня, а что-то священное и неотъемлемое, как храм или святыня, которые нельзя разрушить. Когда Дарья говорит, что «земля — это святое», она отсылает читателя к библейскому учению о том, что земля дана человеку для того, чтобы он заботился о ней и хранил её. Такой взгляд на землю, как на святое место, делает борьбу Дарьи за её сохранение частью более масштабной борьбы за духовные ценности, за сохранение того, что связано с исконной правдой и моралью. В данном контексте Дарья воспринимает свою борьбу за Матёру как духовное служение, которое выходит за пределы обычной защиты родной

деревни или просто природного ландшафта. Она борется за сохранение святого дара, что делает её действия не просто актом сопротивления, но и духовным актом.

Важно также отметить, что сопротивление Дарьи не только физическое, но и духовное. Она воспринимает разрушение Матёры как акт предательства, не только по отношению к деревне, но и ко всему её духовному наследию, которое связано с историей народа и верой. В её словах: «Бороться за землю — значит бороться за душу», подчеркивается, что её действия имеют не только материальный, но и духовный смысл. Эти слова выражают идею, что защита земли и её духовных ценностей — это не просто борьба за выживание, а истинное духовное служение.

Дарья противостоит силам, которые стремятся разрушить традиционный уклад жизни. Для неё Матёра — это не только место, где она родилась и живёт, но и духовная крепость, в которой укоренены традиции, моральные ориентиры и связь с предками. Когда Дарья отказывается покидать свою деревню, её отказ можно интерпретировать, как не только приверженность родным местам, но и как борьбу за сохранение этих духовных ценностей в условиях, когда всё вокруг изменяется. В этом смысле, её сопротивление разрушению Матёры становится символом сопротивления духовному упадку, к которому ведёт индустриализация и утрата моральных устоев. Это также напоминает христианскую концепцию защиты святынь, несмотря на внешние угрозы.

2. Василий Шукшин. «Калина красная»

Василий Шукшин в повести «Калина красная» (1973) изображает женскую героиню Любу как хранительницу моральных и духовных ценностей. Она проявляет терпение и сострадание к главному герою, Егорушке, бывшему уголовнику, стремящемуся вернуться к праведной жизни. Религиозные аспекты её образа заключаются в том, что она принимает Егорушку таким, каков он есть, с его пороками и прошлым. Люба символизирует христианское прощение и милосердие, помогая герою найти путь к духовному очищению и покаянию.

Она говорит ему: «Живи как человек, не гони лихо, а я с тобой». Это выражает её готовность поддержать Егора на пути к духовному очищению, предоставив ему возможность измениться. Прощение и терпимость Любы, несмотря на его прошлые ошибки, помогают Егорушке осознать свою вину и начать путь к покаянию.

Одной из черт Любы, которая активно раскрывает религиозный аспект ее образа в произведении, является её способность прощать. Это прощение не является простым актом человеческой доброты, оно укоренено в глубоком духовном понимании. Люба, принимая Егорушку с его пороками и преступным прошлым, проявляет христианскую любовь и терпимость. В её словах: «Живи как человек, не гони лихо, а я с тобой» заключена суть христианского прощения, которое основывается не на заслугах, а на безусловной готовности принять человека таким, какой он есть, и помочь ему начать новый путь. Эти слова напоминают библейскую заповедь о прощении: «Прощайте, и прощено будет вам» (Лк. 6:37), где прощение является не только актом милосердия, но и выражением глубокой духовной связи между людьми.

Люба не просто говорит о прощении, она показывает, что это прощение не ограничивается словами, а выражается в действиях. Она не отвергает Егорушку, несмотря на его криминальное прошлое, и принимает его в своё сердце, как бы подтверждая, что для истинного очищения человеку не обязательно быть безупречным в прошлом — достаточно осознания своих ошибок и желания измениться.

Люба не осуждает Егора за его прошлое, а наоборот, проявляет готовность поддержать его в его стремлении к духовному возрождению. Её терпимость, даже в трудных моментах, когда Егорушку тянет вернуться к своим старым привычкам, становится для него маяком, который помогает ему не сдаться и продолжать путь исправления. В этом контексте её образ можно рассматривать как воплощение евангельской идеи о том, что любовь и милосердие выше осуждения: «Не судите, да не судимы будете» (Мф. 7:1).

Кроме того, Люба часто проявляет свою веру не только через прощение, но и через участие в жизни Егора, через помощь и заботу. В её действиях всегда присутствует элемент сострадания, связанного с её пониманием того, что человек, даже если он совершил грехи, всё равно остаётся человеком, который может быть спасён и восстановлен в своей человеческой сути, что напоминает о важности любви к ближнему, даже если он ошибся: «Я пришёл не призвать праведников, но грешников к покаянию» (Мк. 2:17).

Люба становится для Егора своего рода духовным наставником, направляющим Егора к осознанию своих ошибок и к пути покаяния. В этом контексте её образ можно воспринимать как фигуру, которая напоминает о библейской роли наставника, готового вести заблудших обратно к Богу. В словах Любы прослеживается глубокая вера в возможность перемен у человека: «Ты не виноват, что был злым, но теперь ты другой — я с тобой».

Эта вера в возможность духовного возрождения также перекликается с христианской концепцией спасения через покаяние. Люба не сомневается, что Егор может измениться, если будет искренне раскаиваться, а её поддержка становится для него источником силы и опоры. Люба в данном случае выполняет ту же роль, что и библейские апостолы или святые, направляющие людей на путь искупления. Люба становится человеком, который не судит, а помогает, что является основой её духовного образа.

3. Фёдор Абрамов. «Братья и сёстры»

В романе Фёдора Абрамова «Братья и сёстры» (1958) Марфа Тимофеевна выступает в роли духовного стержня своей семьи и общины. Она сохраняет веру даже в самые трудные времена — во время войны и коллективизации. Марфа противопоставляется новым социальным условиям, в которых религиозные и нравственные ценности начинают отступать на второй план. Её внутренняя сила и стойкость, основанные на православных принципах, помогают ей выстоять перед лицом трудностей.

Марфа Тимофеевна олицетворяет один из христианских идеалов — идеал жертвенности. Она готова отдать всё ради своей семьи и общины, не задумываясь о собственном благополучии. В её словах: «Я ради вас и помру, лишь бы вы жили честно», звучит христианский мотив самоотверженности и любви к ближнему, в котором жертвенность становится важнейшей частью христианской морали. Эти слова можно трактовать как прямое отражение христианского учения о любви и жертвенности, как учение о том, что «нет больше той любви, как если кто положит душу свою за друзей своих» (Ин. 15:13).

Марфа воспринимает свою жизнь как служение семье, и её готовность жертвовать собой ради близких несёт в себе глубокий религиозный смысл. Это также перекликается с библейским образом жертвенной любви и заботы о ближнем, которое является основой христианской жизни. Она не ищет личного счастья, но отдаёт всё ради того, чтобы её семья жила честно и достойно, что является ярким примером исполнения заповеди о любви к ближнему: «Я ради вас и помру, лишь бы вы жили честно».

В образе Марфы важной является её приверженность правде и честности, что также тесно связано с христианскими ценностями. В её высказывании «Жить нужно по правде, не лгать и не гнаться за лёгким счастьем» можно увидеть важное моральное наставление, которое соответствует христианскому пониманию истины и справедливости. В Библии много говорится о том, что правда и честность — это не просто моральные ценности, но и путь, ведущий к спасению. В частности, Иисус говорит: «Я есть путь, и истина, и жизнь» (Ин. 14:6). В контексте романа, Марфа, как человек, живущий по правде, становится не только моральным ориентиром для своей семьи, но и символом правды, которая помогает преодолеть трудности.

Её приверженность правде и честности контрастирует с окружающими её условиями, где социальное давление и новые идеи часто приводят к тому, что люди начинают отходить от традиционных ценностей. Марфа становится тем моральным маяком, который помогает её близким не утратить себя в мире, где ложь и обман начинают восприниматься как норма.

Ещё одной важной чертой, которая определяет образ Марфы, является её стойкость в вере. В условиях коллективизации, когда религия подвергается гонениям, а традиционные ценности начинают разрушаться, Марфа продолжает сохранять свою веру и передавать её своим близким. Для неё вера становится неотъемлемой частью жизни, без которой невозможна истинная жизнь и благополучие. В её высказывании: «Я ради вас и помру, лишь бы вы жили честно», можно увидеть не только личную жертвенность, но и глубокую веру в то, что человек должен жить по правде, и только тогда он сможет найти духовное спасение.

Её вера в Бога и духовные ценности становится для неё не только источником силы в трудные моменты, но и способом поддержания единства семьи. Вера Марфы в то, что её дети будут следовать пути правды и честности, несмотря на внешние обстоятельства, можно интерпретировать как выражение её глубокой веры в божественный замысел и в возможность духовного возрождения, даже в самые трудные исторические моменты.

Марфа в романе Абрамова становится символом духовного сопротивления, защитницей традиционных ценностей в условиях бурных социальных изменений. Она сохраняет веру в Бога и в правду, передавая эти ценности своим детям и близким. Этот образ Марфы, наполненный религиозными мотивами жертвенности, стойкости и верности принципам, становится важным аспектом для понимания не только личной духовной силы героини, но и для осмысления того, как человек может противостоять внешним социальным и политическим давлениям, оставаясь верным своим моральным и религиозным ценностям.

Роль религии в жизни героинь деревенской прозы

Религиозный аспект в русской деревенской прозе играет важную роль в построении женских образов. Православие с его этическими установками, как правило, определяет мировоззрение героинь и их поступки. В их образах часто проявляются такие христианские добродетели, как смирение, терпение, жертвенность и милосердие: в повести Валентина Распутина «*Последний срок*», мать Анна проявляет смирение и терпение, ожидая своих детей на смертном одре, несмотря на их отдаление и равнодушие. В «*Прощании с Матёрой*» Дарья жертвует собой, защищая родную землю, проявляя духовную стойкость. Люба в «*Калина красная*» олицетворяет милосердие, прощая Егора и помогая ему обрести покаяние.

Героини стремятся к духовному самосовершенствованию и поиску смысла в повседневных жизненных испытаниях. Несмотря на суровые социальные условия,

религия помогает им сохранять внутренний мир и поддерживать семью.

В *«Последнем сроке»* Валентина Распутина мать Анна говорит: «Пусть Господь мне судья», проявляя смирение и веру в высшую справедливость, несмотря на предательство детей.

В повести *«Прощание с Матёрой»* Дарья защищает землю, опираясь на веру в её святость: «Земля святая, не тронь её».

Люба из *«Калина красная»* Василия Шукшина демонстрирует духовное самосовершенствование, несмотря на страдания, поддерживая главного героя: «Живи честно, Егорушка».

Важной особенностью религиозного аспекта в русской деревенской прозе является сочетание христианских традиций с языческими представлениями, которые также пронизывают деревенскую жизнь. Это взаимодействие двух мировоззрений можно наблюдать в таких произведениях, как *«Прощание с Матёрой»*, где православие смешивается с глубинным ощущением связи с природой и землёй. Например, Дарья говорит о святости земли, что отражает её глубокую связь с природой: «Земля — это святое». Она воспринимает свои корни и традиции как божественный дар, что связывает её с более древними языческими верованиями о родной земле. Это сочетание демонстрирует, как религиозные и природные аспекты жизни пересекаются в восприятии героини и служат основой её борьбы за сохранение Матёры.

Религиозный аспект женских образов в русской деревенской прозе представляет собой важную и многослойную тему, отражающую не только личные внутренние переживания героинь, но и культурные и социальные реалии их времени. Женские персонажи, такие как Дарья из *«Прощания с Матёрой»* и Марфа из *«Братья и сёстры»*, часто олицетворяют христианские добродетели — смирение, жертвенность, милосердие.

Однако их образы также пронизаны языческими традициями, что создаёт уникальное сочетание двух мировоззрений. Это взаимодействие подчеркивает связь женщин с природой и землёй, что помогает им находить смысл и стойкость в повседневных трудностях. Религия, в этом контексте, становится не только источником моральных устоев, но и средством для духовного самосовершенствования.

Заключение

Женщины в произведениях, таких как *«Прощание с Матёрой»* и *«Братья и сёстры»*, являются носителями христианских ценностей, которые в совокупности с языческими традициями формируют их идентичность и стойкость. Эти персонажи показывают, как религия помогает справляться с жизненными трудностями и сохранять духовное равновесие.

Таким образом, исследование религиозного аспекта женских образов открывает новые горизонты понимания русской деревенской прозы, выявляя сложные взаимодействия между традициями, верой и личными переживаниями. Это также подчеркивает важность женских голосов в литературе, которые не только сохраняют культурное наследие, но и формируют новое понимание женственности в контексте духовности и повседневной жизни. Религиозные аспекты служат связующим звеном между личным и коллективным, между историческим и современным, что делает их особенно актуальными для анализа в контексте русской литературы.

Выводы

В русской деревенской прозе женщины часто выступают не только как хранительницы традиций, но и как сильные личности, которые находят свою внутреннюю духовную силу через религиозные практики и моральные ценности. Эти героини преодолевают как внутренние, так и внешние ограничения, олицетворяя стойкость и resilience.

Женские персонажи зачастую становятся хранительницами семейных и культурных традиций, передавая свои знания и моральные ценности новым поколениям. Они сохраняют связь с предками и духовными корнями, что придаёт их образам глубину и значимость. Кроме того, через религиозные практики, такие как молитва и участие в церковных обрядах, они находят внутреннюю силу, что позволяет им справляться с жизненными трудностями и внутренними конфликтами.

Стремление к духовному самосовершенствованию становится одной из ключевых тем. Женщины используют свою веру как инструмент для нахождения смысла в повседневных испытаниях, что способствует их личностному росту. Они учатся принимать свои судьбы, сочетая обязанности перед семьёй с собственными желаниями и стремлениями.

Несмотря на суровые социальные и религиозные ограничения, героини проявляют волю к сопротивлению и самоутверждению. Их борьба за личные права и достоинство служит примером для окружающих. Эта способность сопротивляться обстоятельствам и отстаивать свои убеждения вдохновляет других женщин на подобные действия.

Кроме того, в женских образах заметно взаимодействие языческих и христианских традиций. Это синтез различных мировоззрений придаёт их внутреннему миру сложность и многослойность, отражая богатство русской культуры. Женщины не только сохраняют свои традиции, но и активно адаптируют их, что демонстрирует их гибкость и жизненную силу.

Эмоциональная поддержка, которую женщины оказывают своим семьям и общинам, также является важной чертой. Проявляя милосердие и заботу, они укрепляют социальные связи и создают атмосферу единства, что особенно важно в условиях трудных времен.

Библиография

1. Абрамов, Ф. "Братья и сестры." М.: Художественная литература. Москва: Советская Россия, 1958.
2. Баранов, Г. "Религиозные аспекты в творчестве русских писателей." М.: Наука, Москва: 2003.
3. Громова, Л. "Женские образы в русской деревенской прозе." Вопросы литературы, 2010, № 1. С. 277-282.
4. Губарев, М. "Моральные ценности и религиозные аспекты в прозе." Исследования русской литературы, 2017. № 2, С. 17-22.
5. Захарова, Н. "Язычество и православие в русской деревенской прозе." Литература и культура, 2011, № 2. С. 69-74.
6. Иванов П. В. Стереотипизация женского образа в русской литературе: религиозные мотивы. М.: Изд-во научной литературы, 2022.
7. Кузнецов А. И. Эсхатологические темы в деревенской прозе // Литературное наследие. 2021. № 12. С. 22-36.
8. Куликов, В. "Женская идентичность в русской деревенской прозе." Литературная учеба, 2016, № 3. С. 38-41.
9. Лебедева, Т. "Традиции и современность в русской деревенской прозе." Литература и жизнь, 2020. № 4. С. 25-30.

10. Новикова, О. "Женские судьбы и религиозные мотивы в русской литературе." Литературная газета, 2019. № 3. С. 65-69.
11. Распутин, В. "Прощание с Матёрой." М.: Современник, Москва: ЭКСМО, 1976.
12. Ребров, И. "Духовные искания женщин в русской литературе." Литературное наследие, 2018. № 5. С. 47-50.
13. Серебрякова, Т. "Символика природы и религия в русской деревенской прозе." Русская литература, 2005, № 4. С. 17-25.
14. Смирнова, Е. А. Религиозные мотивы в изображении русской женщины-матери // Вопросы филологии. 2023. № 5. С. 45-59.
15. Соловьева, А. "Христианские ценности в прозе В. Распутина." Современные исследования, 2014, № 6. С. 33-36.
16. Тимофеева Е. Женские образы и их роль в деревенской прозе // Филологические исследования. 2022. № 6. С. 51-57.
17. Федорова, Е. "Мифология и религия в творчестве Ф. Абрамова." Известия Российской академии наук, 2012, № 2. С. 112-117.
18. Шукшин, В. "Калина красная." М.: Современник, Москва: Молодая гвардия, 1975.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в рецензируемой работе является женский образ в русской деревенской прозе. Материалом исследования послужили повести Валентина Распутина «Прощание с Матёрой» (1976), Василия Шукшина «Калина красная» (1973), роман Фёдора Абрамова «Братья и сёстры» (1958). Актуальность работы определяется, во-первых, собственно феноменом русской деревенской прозы, во многом определившей пути развития русской литературы во второй половине XX века («появление деревенской прозы как историко-литературного феномена не было случайным, поскольку оно отражало общие настроения и процессы, происходившие в стране в период после Великой Отечественной войны, когда ускоренная урбанизация и индустриализация начали коренным образом менять облик России», «литература, обращенная к деревне, занимала особое место в советской культуре, так как именно эта деревня, с ее многовековой историей, традициями и обычаями, являлась носителем тех духовных и моральных ценностей, которые во многом обеспечивают национальную идентичность»), во-вторых, важностью изучения женского образа в литературе («деревенская проза стала ареной для исследования трансформации роли женщины, отражая её новые общественные функции, а также внутренние противоречия, возникающие на стыке старых и новых ценностей»), в-третьих, растущим интересом исследователей к роли и репрезентации религиозного аспекта в литературе («религиозные аспекты служат связующим звеном между личным и коллективным, между историческим и современным, что делает их особенно актуальными для анализа в контексте русской литературы»). В то же время сегодня существует много работ, посвященных разноаспектному изучению русской деревенской прозы и женскому образу в ней, однако комплексного исследования женского образа с лингвистических позиций до сих пор не проводилось.

Теоретической базой научной работы послужили труды таких российских исследователей, как Т. Лебедева, Л. Громова, В. Куликов, И. Ребров, О. Новикова, Е. Тимофеева, Т. Серебрякова, Г. Баранов, А. Соловьева, Н. Захарова, Е. Федорова, М.

Губарев. Библиография составляет 15 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям. Однако автор(ы) практически не апеллируют к научным трудам, изданным в последние 3 года, что не позволяет судить о реальной степени изученности данной проблемы в современном научном сообществе. Кроме того, в тексте статьи нет ни одной ссылки на данные научные источники.

Методология исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер: применяются общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод, текстологический метод и интерпретативный анализ материала, методы лингвокультурологического и дискурсивного анализа.

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) прийти к ряду существенных выводов о том, что женщины в русской деревенской прозе «часто выступают не только как хранительницы традиций, но и как сильные личности, которые находят свою внутреннюю духовную силу через религиозные практики и моральные ценности», «исследование религиозного аспекта женских образов открывает новые горизонты понимания русской деревенской прозы, выявляя сложные взаимодействия между традициями, верой и личными переживаниями. Это также подчеркивает важность женских голосов в литературе, которые не только сохраняют культурное наследие, но и формируют новое понимание женственности в контексте духовности и повседневной жизни».

Теоретическая значимость и практическая ценность исследования заключаются в его вкладе в изучение и интерпретацию образов русской деревенской прозы, а также в возможности использования его результатов в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике и в вузовских курсах по теории литературы и проблемам современной русской прозы.

Представленный в работе материал имеет логически выстроенную структуру. Стиль изложения соответствует требованиям научного описания.

Статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Пак М.Д. Деструктивная эмоция гнева в корейских идиомах // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72719 EDN: KKLGBW URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72719

Деструктивная эмоция гнева в корейских идиомах

Пак Марианна Давидовна

ORCID: 0000-0002-3939-5244

преподаватель; институт иностранных языков (ИИЯ); Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы
аспирант; институт иностранных языков (ИИЯ); Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы

117342, Россия, г. Москва, ул. Островитянова, 39, кв. 291

✉ godblessbob@gmail.com[Статья из рубрики "Лингвистика"](#)**DOI:**

10.25136/2409-8698.2025.1.72719

EDN:

KKLGBW

Дата направления статьи в редакцию:

14-12-2024

Аннотация: В данной работе рассмотрена деструктивная эмоция гнева через призму корейских идиом. Исследование направлено на выявление семантических особенностей идиом, различных аспектов их употребления и концептуальных метафор, которыми они оперируют. Основное внимание уделяется тому, как физиологические реакции на гнев отражаются в языке, а также как культурные контексты влияют на понимание этих идиом, а также как языковые особенности корейского языка формируют восприятие и выражение гнева в обществе. Предмет исследования: Деструктивная эмоция гнева и ее отражение в корейских идиомах, а также культурные и социальные аспекты, влияющие на формирование этих выражений. Деструктивная эмоция гнева представляет собой сложное психологическое состояние, которое может оказывать значительное влияние на поведение человека и его взаимодействие с окружающими. Важно отметить, что гнев не только затрагивает индивидуальные чувства, но и влияет на культурные нормы и языковые выражения, включая идиомы. Методология исследования: В исследовании применяется качественный анализ идиоматических выражений, связанных с гневом, с использованием сравнительного метода. Анализируется лексический состав и семантика

идиом, а также их культурный контекст. Также используется метод контент-анализа для выявления общих тем и паттернов в использовании идиом. Новизна исследования: Работа представляет собой первое комплексное исследование деструктивной эмоции гнева в корейских идиомах, что позволяет выявить уникальные аспекты корейской культуры и языка. Исследование также устанавливает параллели между корейскими и русскими идиомами, что способствует более глубокому пониманию универсальности и специфики метафорического восприятия эмоций. Выводы: Результаты исследования показывают, что корейские идиомы, связанные с гневом, не только отражают эмоциональные состояния, но и служат индикаторами социальных норм и ценностей. Выявленные метафоры подчеркивают важность контекста в интерпретации эмоций и указывают на необходимость учета культурных различий при изучении языковых выражений. Исследование открывает новые горизонты для дальнейшего изучения влияния языка на эмоциональное восприятие в различных культурах.

Ключевые слова:

гнев, деструктивная эмоция, корейский язык, корейская культура, перевод, идиома, метонимия, концептуальная метафора, когнитивная лингвистика, физиология

Введение.

Существует немалое количество научных исследований, посвящённых связи между языком и культурой, хотя насколько тесной является эта связь, часто является предметом споров среди лингвистов. В данной работе высказывается мнение, что язык не передает реальность в ее чистом виде: он передает человеческое восприятие и интерпретацию мира. Слова, обозначающие части тела, а также слова, описывающие окружающую действительность, могут быть так же специфичны для языка, как и термины, относящиеся к традициям, культуре и религии. Это предположение послужило основой данного исследования, в котором утверждается, что тот же принцип применим к идиомам и метафорам в составе языка, поскольку «метафора не только когнитивно, но и культурно мотивирована» (Kövecses, *Metaphor in culture: universality and variation*, 2005). В работе также принимается во внимание тот факт, что «лексическая вариация отражает культурные различия между разными речевыми сообществами и, таким образом, дает бесценные подсказки для изучения культуры и общества (WierzbickaA., 1992).

В исследовании изучена вариативность перевода корейских идиом на русский язык для того, чтобы внести вклад в межкультурное изучение языка и доказать важность избегания «радикальных посткультурных обобщений, сформулированных в терминах дихотомии, противопоставляющие западную культуру восточной. В случае вариаций идиом, это часто бывает вызвано более широким культурным контекстом или руководящими принципами и ключевыми понятиями определённой культуры что, естественно, отражается в языке этой культуры.

В виду тесной взаимосвязи образного сознания с физиологической деятельностью и мышлением человека, люди независимо от культуры и расы имеют более или менее схожий опыт, то есть аналогичные идиомы и метафоры имеются в других языках и культурах по всему миру. В этом контексте представляется весьма актуальным исследование С. Пинкера (PinkerS., 2007), где метафора называется полезным способом борьбы с ограниченной способностью языка выражать мысль, высокий уровень абстрактного мышления обязательно должен присутствовать.

Человеку свойственно интуитивно анализировать воспринимаемую речь, расшифровывая скрытое значение, передаваемое посредством языка. Люди распознают слова, реагируют на чувства и аффекты в предложениях и ищут смысл в метафорах и намёках. Формальный языковой анализ требует выхода за рамки этой интуиции, чтобы количественно деконструировать значение языка и измерить конструкции, которые он передает (Jackson, J.C., Watts, J., Mattis, J., Puryear, C., Drabble, R., Lindquist, K. A., 2021).

Рассмотрение корейских идиом деструктивной эмоций гнева в разрезе их сравнительного анализа с аналогами в русском языке в том виде, в каком они представлены в литературе, позволит сделать соответствующие выводы относительно сходств и различий между двумя языками. Такие сходства и различия необходимо выявлять, поскольку исследуемые языки принадлежат не только к разным языковым семьям, но и представляют различные культуры Европы и Азии, тем самым данное исследование позволит выявить взаимосвязь между языком, мышлением и эмоциями народов различных культур.

Основная часть

1.1. Отличие идиомы от метафоры. Определение идиомы

Слово идиома происходит от латинского слова *idiomī*, что означает «особое свойство». Согласно словарю Meriam-Webster, это слово означает «выражение, которое нельзя понять из значения его отдельных слов, но которое имеет свое собственное, отдельное значение».

Ученые всегда испытывали трудности с точным определением термина «идиома». Несмотря на то, что существует множество определений, иногда невозможно провести различие между словосочетаниями, фразовыми глаголами и идиомами. Однако, во всех определениях идиом повторяются три темы: композиционность, институционализация и степень замороженности или фиксированности:

1) идиомы некомпозиционны, поскольку их значения не являются суммой значений их частей;

2) они институционализированы, что означает их частое использование большим количеством людей в языковом сообществе;

3) идиомы заморожены и фиксированы, степень их замороженности варьируется.

Существует неочевидная грань между идиомами и другими многословными единицами, и поскольку упомянутые характеристики могут быть общими для них, представляется крайне трудным провести различия между идиомами и многословными единицами.

Важным для исследования является положение о том, что что идиомы являют собой инструменты, с помощью которых языку придаётся креативность, возникает многослойность значения, глубина мысли и индивидуальность:

- Выражение абстрактных или сложных идей. Идиомы обеспечивают кратчайший путь для передачи идей, которые может быть сложно выразить напрямую, они служат лингвистическим мостом, позволяя говорящему передавать нюансированные значения лаконичным и эффективным способом. Такие переходные предложения повышают способность человека передавать сложные мысли без усилий. В качестве примера можно привести корейскую идиому *눈눈눈 뒤집힌다*, в буквальном переводе звучащую как

«глаза перевернуты». Данное выражение обычно используется для обозначения крайней степени недовольства и гнева у говорящего, отражая негативный настрой, проявляющийся в физиологическом изменении лица человека, искаженным от гнева до неузнаваемости.

- Добавление цвета и креативности в язык. Идиомы делают речь более эмоционально окрашенной, добавляют ей креативности, делая её более интересной и приятной. Благодаря своей своеобразной и творческой стилистике, данные выражения способны захватывать внимание, они зачастую обладают поэтическим характером, что может вызывать эмоциональный отклик и формировать яркие образы.

Например, корейская идиома *사촌 땅을 사면 배가 아프다* (дословный перевод «когда двоюродный брат покупает землю, у меня живот болит») используется для выражения чувства гневной зависти от успеха близкого для говорящего человека. Образы частей тела присутствуют во многих корейских идиоматических выражениях, создавая запоминающуюся и легко воспринимаемую концепцию деструктивной эмоции.

- Улучшение культурного взаимопонимания. Идиомы глубоко укоренены в культуре, их понимание может дать представление о ценностях, убеждениях и истории сообщества. Метафоры и аналогии, встроенные в идиоматические выражения, часто отражают культурный контекст, в котором они возникли, включая ссылки на исторические события, фольклор или народные традиции. Исследуя данные фигуры речи, присутствующие в разных культурах, можно получить более глубокое понимание нюансов и тонкостей языка. Такое понимание может способствовать межкультурному обогащению, поощрять общение между людьми из разных слоев общества и диаметрально противоположных культур (Восточная и Западная).

- Формирование взаимопонимания и товарищеских отношений. Применение идиом в устной речи может способствовать установлению взаимопонимания и товарищества. Если участники общения обладают общим знанием идиоматических выражений, это способствует более эффективному взаимодействию и гармонии в коммуникации.

Несмотря на то, что идиоматичность выражений может восприниматься как в значительной степени произвольная, среди идиом существуют определенные структуры и организации, в виду чего большое количество выражений имеют общие контекстуальные темы. В корейском языке существует широкий спектр идиом, связанных с темами природы, животных, частей тела, еды, цветов и всех чувств, использующихся для описания личности, внешности, работы, проблем со здоровьем и т.д. Более того, идиоматические выражения часто указывают и отражают социальные нормы, убеждения, отношения и весь спектр человеческих эмоций.

1.2. Определение метафоры

Метафоры играют значимую роль в человеческом познании. Они структурируют и связывают ментальные концепции, проецируя концепции целевой области на более конкретную исходную область, ориентированную на опыт, тем самым делая их более понятными. Важность метафор обуславливается результатом их многократного использования, очевидной аргументативной правдоподобности и интерактивной привлекательности. Метафоры являются дискурсивными инструментами, которые генерируют ограниченную перспективу посредством своих функций сокрытия и выделения смысла (Jakobs M., Hünig M., 2022).

Метафора представляет собой семантический процесс, в ходе которого форма или

структура языковой единицы применяется к другому референту на основе существующего сходства в восприятии говорящего. Таким образом, метафора - речевой прием, в котором происходит скрытое сравнение: одно слово или выражение заменяется другим, основываясь на сходстве или ассоциации.

Традиционная прагматическая точка зрения утверждает, что метафоры — это высказывания, которые интерпретируются иначе, чем их буквальное толкование. Согласно этому подходу, метафорическое толкование может быть найдено в процессе поиска и исключения букварных значений (AlkhamashR., 2022). В отличие от идиомы, метафора может быть более гибкой и вариативной.

Согласно одному из определений, метафорой в лингвистике является «уподобление одного явления другому на основе семантической близости состояний, свойств, действий, характеризующих эти явления, в результате которого слова (словосочетания, предложения), предназначенные для обозначения одних объектов (ситуаций) действительности, употребляются для наименования других объектов (ситуаций) на основании условного тождества приписываемых им предикативных признаков» [\[1, с. 177-178\]](#).

При использовании метафоры две мысли или два понятия о различных вещах взаимодействуют между собой внутри одного слова или выражения, значение которого и есть результат этого взаимодействия. Метафора отбирает признаки одного класса объектов и прилагает их к другому классу или индивиду – актуальному субъекту метафоры. Взаимодействие с двумя различными классами объектов и их свойствами создает основной признак метафоры – ее двойственность.

Традиционно, в лингвистических исследованиях определяются два типа метафор: индивидуально-авторская (художественная) и языковая.

- Индивидуально-авторская метафора представляет собой уникальное, нехарактерное для других стилей употребление слов и словосочетаний в переносном значении. Индивидуальное метафорическое словоупотребление отражает авторское восприятие мира и способствует более точной передаче его художественных намерений в процессе создания литературного произведения. Такая метафора неразрывно связана с контекстом, в котором только и возможно определить ее семантическую природу.

- Языковая метафора – важный фактор в развитии языка и изучении различных культур. Именно она лежит в основе многих языковых процессов, например, таких как развитие синонимических средств, появление новых значений и их нюансов, создание полисемии, развитие эмоционально-экспрессивной лексики. Также следует отметить, что метафора позволяет вербализировать представление, касающееся внутреннего мира человека.

Принято считать, что одной из популярных теорий метафоры является когнитивная теория Дж. Лакоффа и М. Джонсона. По их мнению, метафоризация основана на взаимодействии двух структур знаний: «структуры-источника» и «структуры-цели». Область источника в когнитивной теории представляет собой опыт человека. Область цели – менее конкретное знание, «знание по определению» (Лакофф Дж., Джонсон М., 2004). Упомянутое объяснение оказалось весьма резонным, в виду того, что позволяет определить метафору не только в терминах лингвистического явления, но представило её в качестве мыслительного. Собственные наблюдения и специальные исследования в этом плане показали, что метафоры являются результатом общих механизмов лингвистико-когнитивного творчества, которые создают новые знания и представляют

вещи по-разному, соединяя отдаленные элементы, выделяя процессы семантического сдвига, при которых два объекта или идеи, которые ранее не были связаны, соединяются и концентрируются в едином представлении с различной степенью интенсивности на протяжении истории слова (Garello, S., Carapezza, M., 2024).

Метафору в современной лингвистике рассматривают как основную ментальную операцию, как способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира. На феномен метафоричности мышления обращали внимание такие ученые, исследователи и писатели как Д. Вико, Ф. Ницше, А. Ричардс, Э. МакКормак, П. Рикер, Э. Кассирер, М. Блэк, М. Эриксон и другие [2, с.16]. При метафорическом переосмыслении в ходе когнитивного процесса говорящий исследует участки своей долговременной памяти, обнаруживает два референта (часто логически несовместимых), устанавливает между ними осмысленное взаимоотношение и, тем самым, создает метафору. Осмысленное взаимоотношение устанавливается на основании обнаружения ряда общих для двух референтных признаков. Данные признаки отражаются в структуре лексического значения. [3]

Как было упомянуто ранее, особое место в становлении когнитивной теории отводится Дж. Лакоффу и М. Джонсону. Именно в ней метафора, как объект исследования, переводится в когнитивно-логическую парадигму и исследуется с точки зрения ее связи с глубинными когнитивными структурами и процессом категоризации мира, ими была разработана теория, которая внесла системность в описание когнитивного механизма метафоры. Ключевая идея Дж. Лакоффа и М. Джонсона состоит в том, что метафоры как языковые выражения становятся возможны в силу того, что понятийная система человека метафорична в своей основе. То есть осмысление и переживание явлений одного рода в терминах явлений другого – это коренное свойство мышления. «Метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути» [4, с.1].

В основе данных ассоциаций лежит возможность пользователя войти в абстрактное пространство концепции и связать его с менее абстрактным физическим миром, в виду того, что абстрактное мышление сложно. Людям, как правило, требуются образы, чтобы представлять вещи, которые они не могут видеть. Исходя из этого человек использует известное, чтобы понять неизвестное, и когда нет ясного и знакомого образа неизвестного, метафора может быть использована в качестве связующего моста (Zastrocky, 2020).

Таким образом, метафора представляется не просто языковым средством, позволяющим украсить речь и изобразить образ в более понятном контексте, метафора являет собой форму человеческого мышления. Согласно когнитивному подходу к природе мышления, понятийная система человека обусловлена физиологическим опытом человека, а мышление, действуя образно для представления понятий, не обусловленных опытом, использует сравнение, метафору. Такая способность мыслить фигуративно обозначает возможность у человека абстрактного мышления.

1.3. Основные отличия идиомы от метафоры

Важным для исследования является положение о том, что в формировании коллективных мыслей, чувств и настроений в обществе, роль языка представляется весьма важной. Метафоры и идиомы делают восприятие и понимание речи более глубоким и понятным для разных слоёв населения. Будучи разными образными формами общения,

существенная разница заключается в том, как метафоры и идиомы используются в письме и речи.

Менее буквальное, образное применение языка часто делает его восприятие интереснее, поскольку человек может визуализировать концепции абстрактных идей и более глубоких эмоций. Метафоры, как правило, звучат более поэтично, чем идиомы, идиомы, в свою очередь, чаще используются в повседневной речи. Тем не менее, писатели предпочитают метафоры как более эффективный способ для отсылки к культурным концепциям.

Предполагаем, что ключевое отличие идиомы от метафоры заключается в определении идиомы в качестве устойчивого выражения с уже заданным смыслом, метафора же является речевым приемом, который позволяет создавать новые образные сравнения. Идиома представляется готовым образом, который не требует расшифровки, его необходимо запомнить. Метафора выступает в качестве инструмента для создания новых образов. Основные отличия категорированы в Таблице 1:

Таблица 1.

	Идиома	Метафора
Определение	Застывший фразеологизм, имеющий устойчивое значение	Фигура речи, которая создает образное сравнение
Использует подразумеваемое сравнение	Не обязательно	Всегда
Происходит из	Культурная память (идиомы являются частью человеческого лексикона)	Логическое сравнение и противопоставление (любой может создать метафору)
Как возникает значение	Культурные знания (мы узнаем, что они означают) и интерпретация (иногда)	Интерпретация фразы (любой может интерпретировать метафору)

2. Определение и понятие идиом в корейском языке.

В корейской научной литературе даётся следующая характеристика и определение термина «идиома»: «синтаксически сложная лексическая конструкция, состоящая из двух лексем, но семантически это группа метафорически окаменевших слов-цепочек с третьим, единственным значением» (LeeK., 1997), идиома — это лексический комплекс двух или более независимых элементов, создающих единое значение, но являющийся языковой единицей, в которой значение составляющих лексических элементов не является живым с порождающей точки зрения (Byun, A. S., Pyun, D. O., 2022).

В качестве базовой характеристики идиомы принимается словосочетание, то есть структура, в которой соединяются два и более слов, то есть «многословная композиция», и смысл всего корейского выражения не может быть уловлен с помощью традиционного принципа. Композиционность определяет идиому как «два или более составных элемента, причём смысл целого не может быть постигнут суммой значений каждого компонента. Таким образом, корейские лингвисты определяют идиому в качестве

лингвистического или «идиоматического выражения» (LeeJ., 2022).

Необходимо отметить, что идиоматические выражения создаются за счет использования других языковых форм вместо общих выражений для более эффективной передачи содержания, переживаемого в конкретной ситуации, и новые выражения, созданные таким образом, приобретают популярность и становятся «окаменевшими». Выражение становится идиоматическим, когда оно широко используется в языковом обществе, оно «затвердевает» и становится семантически непрозрачным, а новое значение приобретается за счет потери гибкости между буквальным и переносным значением без какой-либо дальнейшей ассоциации значений.

2. Корейские идиомы деструктивной эмоции гнева.

В классической версии теории концептуальной метафоры мотивация идиомы — это вопрос базового (условного) образа и его связи с концептуальной метафорой, укоренившейся в концептуальной системе. Из этого следует, что для того, чтобы принадлежать к сфере концептуальной метафоры, идиома должна быть «образной», т. е. иметь условный образ (KovalyukY., 2022).

Происхождение и значение слов «화» (гнев), «증오» отвращение, «경멸» презрение в корейском языке. «화» (гнев) происходит от китайского иероглифа 火, символизирующего образ огня, олицетворяющего гнев и ярость. Иероглиф обозначает мгновенный всплеск гнева, так и более длительное и нарастающее чувство гневного раздражения. В корейской лингвокультуре это не просто слово, а символ глубоко укоренившейся эмоции, которая выражает злобу и чрезвычайно сильное раздражение (LeeS.S., 2016).

О семантических особенностях корейских идиом можно сказать, что они передаются в «третий смысл» и, соответственно, весь фразеологизм может быть заменен другой лексемой. Это объясняет семантические характеристики идиом с той позиции, что они представляют собой фиксированные метафоры, которые не имеют никакой дальнейшей ассоциации посредством самой метафоры. Таким образом, с существующей позиции, идиомы и переносные значения находятся в произвольном отношении, идиомы, содержащие в себе деструкцию гнева, считаются выражениями, составленными из лексики, не связанной с гневом и имеющими лексическое значение «злиться». Поэтому семантическая корреляция корейских фразеологизмов, выражающих гнев, достаточно значительна. В Таблице 2 приведены конкретные паттерны идиом, связанных с выражением гнева.

Таблица 2.

	Корейская идиома	Дословный перевод на русский язык	Толкование / аналог в русском языке
1	손발이 오그라든다	Руки и ноги скрючиваются	От злости дыхание спёрло
2	얼굴이 붉어지다	Лицо краснеет	Побагровел от злости
3	목에 핏대를 올리다	На шее появилась кровь	
4	모리에 피가 거꾸로 쏜다	Кровь наполняет голову	Кровь ударила в голову
5	열이 오르다	Температура поднимается	Бросает в жар
6	손이 부글부글 끓다	Живот сводит от	Выворачивает от

		идиом, перевод с тошноты	смысл и эмоц. злости
7	골이 오르다	Взрывается мозг	Взрыв мозга
8	속에서 불덩이가 치밀다	Внутри бушует огненный шар	Разрывает изнутри

Все приведенные выше паттерны являются распространенными в корейском языке идиомами с выражением деструктивной эмоции гнева. Указанные примеры могут быть включены в семантическую категорию гнева, но семантическая область и эмоциональное значение каждой идиомы выражения гнева заменяются набором определённых слов. Ни один из указанных паттернов напрямую не упоминает состояние или степень гнева через составляющие его элементы, но слова, используемые в этих выражениях, демонстрируют когнитивный механизм идиом и выражают физиологическую реакцию человека. Однако, можно утверждать, что это свидетельствует о наличии в сознании человека систематической концепции гнева, которая вовлечена в процесс создания и понимания идиом, выражающих гнев.

Подавляющее большинство корейских идиом, выражающих эмоцию гнева, метонимически или метафорически проецируют физиологические и физические реакции, испытываемые человеком при возникновении гнева, соответственно, выражения в Таблице 2 были созданы посредством метонимии и конвенциональных метафор, основанных на физическом опыте гнева, испытанных человеком.

В данном исследовании идиомы деструктивной эмоции гнева рассматриваются с той позиции, что сочетание элементов, составляющих идиому, не является произвольным, а в первую очередь мотивировано физиологическими реакциями или концептуальными метафорами гнева. Эта точка зрения может систематически объяснять семантические характеристики идиом, выражающих гнев.

2.1. Когнитивные механизмы формирования идиом.

Очевидный компонент переживания эмоции — реакция человеческого тела. Фактически, формирование значений слов играет важную роль в семантическом формировании всей идиомы. Составные слова идиом обладают семантической независимостью. Семантика идиом генерируется посредством механизмов метафоры, метонимии и концептуальной интеграции для формирования значений слов. Эта схема отображения, благодаря долгосрочному использованию, закрепляется в долговременной памяти человека и формирует общепринятую концепцию, а именно семантику идиомы (HaiyingZ., 2024).

Корейские идиомы можно охарактеризовать в качестве концептуальных в виду того, что они являются результатом физического опыта людей и когнитивной обработки объективного мира, а также концептуализации объективного мира. Причина, по которой семантика идиом неясна и трудна для понимания и перевода на русский язык, заключается в том, что она не представляет буквальное значение слов, а содержит концептуальное значение с культурной спецификой.

Метафорическое отображение идиом основано на физическом опыте людей и энциклопедических знаниях об объективном мире, которые отражены в концептуальных системах. Метафора, метонимия и механизмы концептуальной интеграции являются важными механизмами для семантической генерации корейских идиом. Структура отображения, благодаря своему долгосрочному использованию, может закрепиться в долговременной памяти людей, формируя метафорические, метонимические и интегрированные значения. Она имеет условную природу и может быть извлечена в

любое время в долговременной памяти. Метафорические, метонимические и интегрированные значения идиом, которые имеют долгосрочное и широкое использование среди носителей корейского языка, закреплены в идиоматической семантике.

Для более полной характеристики рассматриваемого вопроса были изучены работы по ряду научных направлений, в которых изучаются когнитивные процессы человеческого организма во время переживаний эмоций из которых следует, что идиомы деструктивной эмоции гнева являются наиболее яркими маркерами для выражения эмоционального состояния человека, в виду высокой степени их корреляции с языком тела. Когда человек злится, мышцы напрягаются, сердцебиение учащается. Это происходит из-за активации сенсорных нервов, которые вырабатывают катехоламины в мозгу с выделением химических веществ, известных как нейротрансмиттеры. Человек ощущает взрыв энергии, который влечёт за собой намерение принять индивидуальные меры защиты (Park, M., Kim T., Baek E., Song G., Lee S., Lee Y., Jeong M., Choi W. , 2023).

Придерживаясь данного определения, мы считаем важным дифференцировать идиомы, выражающих гнев, разделив их на те, которые имеют тесную взаимосвязь с наружными органами тела, и те, в которых используются названия внутренних органов тела человека.

К внешним органам человеческого тела, используемым при выражении гнева, относятся: голова, шея, тело, плоть, лицо, зубы, лоб, рот, губы и язык. Все эти слова часто используются корейцами в повседневной жизни.

Таблица 3. Идиомы с наружными органами

Орган	Корейская идиома	Дословный перевод на русский язык	Толкование / аналог в русском языке
Глаза	눈이 충혈되다	Глаза залиты кровью	Налитый кровью взгляд
	눈에 핏발이 서다	В глазах налита кровь	Налитый кровью взгляд
	눈에서 불이 나다	Из глаз выходит огонь	Молнии из глаз
	눈을 부라리다	Глаза широко раскрыты	Глаза, как блюдца
	눈이 돌아가다	Глаза вращаются	Бешенный взгляд
	눈을 부릅뜨다	Глаза закатываются	Закатывать глаза
	눈에 보이는 것이 없다	Ничего не видно	Пелена перед глазами
Голова	골이 나다	Голова расширяется	
	골이 오르다	Голова поднимается	Мозг закипает
	머리에 피가 거꾸로 솟다	Кровь хлынула назад из головы	
	머리가 돌다	Голова кружится	
Шея	목에 핏대가 (서다/오르다)	Вены на шее	

		(встают/поднимаются)	
Тело	몸이 떨리다	Тело дрожит	Тело трясёт (от гнева)
Плоть	살이 떨리다	Плоть дрожит	Тело трясёт (от гнева)
Лицо	얼굴이 달아오르다	Лицо становится горячим	
	얼굴을 찌푸리다	Лицо посерело	
	얼굴이 붉어지다	Лицо покраснело	
	얼굴이 붉으락푸르락하다	Лицо побагровело	Лицо побагровело
	얼굴이 새파래지다	Лицо побледнело	
	얼굴이 일그러지다	Лицо исказилось	
	얼굴이 화끈거리다	Жар в лице	
	얼굴빛이 변하다	Лицо изменилось	
	얼굴을 찌푸리다	Лицо покрылось морщинами	
Лоб	이마살을 찌푸리다	Хмурый лоб	
Зубы	이가 갈리다	Скрипеть зубами	Скрежетать зубами
	이를 악물다	Клацать зубами	
	치가 떨리다	Зубы стучат	
Рот	입을 내밀다	Надуть рот	
	입을 쉴룩거리다	Рот дергается	
	입이 석자나 나오다	Три слова вылетают из рта	
	입을 뻐죽거리다	Раскрытый рот	
Губы	입술이 일그러지다	Губы скривились	
	입술을 깨물다	Закусить губу	
Язык	혀를 깨물다	Прикусить язык	

Слова, относящиеся к внутренним частям тела, часто используются в идиомах, выражающих психологическое состояния человека. Внутренние органы человека, используемые в идиомах для выражения деструктивной эмоции гнева, включают в себя грудь, живот, живот, селезенку, желудок, внутренности и нервы. Следует обратить внимание, что наименования внешних органов человека, использующиеся в корейских идиомах, в основном выражаются корейскими словами, а названия внутренних органов в идиомах, включают архаичные слова - китайскими иероглифами и сленгом. Например слово 배알 (кишечник), иногда сокращается как 뱀 и представляет собой жаргонный термин, который можно перевести на русский язык как «потроха», 부아 — оригинальный китайский иероглиф, обозначающий легкие, имеет в корейском языке жаргонное значение «дыхало», «дыхло», также как и 비위 — китайский иероглиф, обозначающий желудок в ряде случаев переводится на русский язык словом «требуха».

Таблица 4. Идиомы с внутренними органами

Орган	Корейская идиома	Дословный перевод

기관	한글/한자	한글/한자/한글 на русский язык	Толкование / аналог в русском языке
Грудь	가슴이 답답하다	Грудь задыхается	
	가슴이 막히다	Грудь заперта	
	가슴에 멧히다	Грудь глубоко прогнила	
	복장을 치다 복장을 굵다	Грудь сильно поцарапана	
	복장을 뒤집다	Грудь вывернута наизнанку	
	복장이 타다	Грудь загорелась	
	복장이 터지다	Грудь взрывается	
Печень	간이 뒤집히다	Печень переворачивается вверх дном	
	간이 떨리다	Печень трясётся	
Кишечник	배알이 곤두서다	Кишки крутятся	
	배알이 골리다	Кишки выворачиваются	Потроха наружу
	배알이 나다	Кишки подтянуты	
	배알이 뒤틀리다	Кишки скручены	
Легкие	부아가 나다	Легкие вздуваются	
	부아를 돋우다	Легкие загораются	
	부아가 끓다	Легкие закипают	
	부아가 오르다	Легкие поднимаются	
	부아가 치밀다	Легкие вспыхивают	
	부아통이 터지다	Легкие взрываются	
Желудок	비위가 상하다	Желудок раздражён	
	비위가 사납다	Дикий желудок	
	비위를 거슬리다	Раненый желудок	
	비위를 건드리다	Раздражать желудок	
	비위를 굵다	Поцарапать желудок	
Внутренность	속이 끓다	Внутренности кипят	
	속이 답답하다	Внутренности сдавлены	
	속이 뒤집히다	Внутренности выворачиваются	
	속이 상하다	Внутренности повреждены	
	속이 치밀다	Внутренности напряжены	
	속이 타다	Внутренности горят	
	속이 터지다	Внутренности взрываются	
	속이 썩다	Внутренности гниют	
	속이 부풀어 오를 뻔하다	Внутренности надуваются	

	속에서 불망이가 치밀다	Внутри огненный шар	
	속에 방망이가 치밀다	Внутри летучие мыши	
	속을 지르다	Внутренность ревёт	
	속을 뒤집다	Внутренности переворачиваются	
	속을 긁다	Внутренности поцарапаны	
	속이 시원하다	Внутренности расслаблены	
	속이 뚫리다	Внутренности продырявлены	
Прочее	신경이 곤두서다	Нервы тормашками	
	신경에 거슬리다	Нервы берeditь	
	마음이 떨린다	Душа дрожит	Меня трясёт

3. Типы идиом деструктивной эмоции гнева и способы их возникновения

Нельзя не заметить, что при кажущейся обширности исследований, многие свойства и механизмы формирования метафорических значений идиом требуют дополнительного изучения. В исследуемой проблематике центральным становится вопрос каким образом содержание чувств, влияющих на возникновение и исчезновение деструктивной эмоции гнева, пребывание в состоянии гнева, становится метафорическим значением идиом, выражающих гнев посредством возникновения эмоций, сопровождающихся различными изменениями внутри организма.

В основе данных процессов лежат физиологические и физические реакции человеческого организма, появляющиеся при возникновении гнева, вызванные деструктивной эмоцией. Интенсивность гнева варьируется от слабого уровня раздражения до крайне сильного эмоционального порыва злобы. Например, раздражение, гнев и злость представляют собой три уровня интенсивности одной базовой эмоции. Это эмоции, которые различаются по интенсивности, но связаны друг с другом (JeonJ., 2023). Таким образом, абстрактное понятие гнева становится смысловым содержанием идиом, его выражающих.

Переносное значение идиом, выражающих гнев, неотделимо от значений его компонентов и не может быть объяснено простым значением слова. Однако, носители языка способны неосознанно распознавать отличия в значениях, использовать и понимать их соответствующим образом в зависимости от ситуации общения, соответственно, идиомы, выражающие гнев, не просто вопрос языка. Выражая абстрактные значения гнева, корейцы используют выражения, имеющие конкретное, осязаемое значение. В описанной ситуации находят своё применение фигуры речи, основанные на близости и сходстве. Поскольку метонимия и метафора основаны на вышеуказанном принципе, в данной работе будет изучен способ их возникновения, а также исследованы идиомы, созданные посредством обозначенных фигур.

3.1 Идиомы, выражающие гнев посредством метонимии

Опираясь на труды психологов и лингвистов, в той или иной мере исследовавших вопросы восприятия языка, а также собственные теоретические поиски, мы

предполагаем, что в когнитивной лингвистике метонимию, наряду с метафорой, требуется рассматривать как одну из основных характеристик понимания языка. Вышесказанное находит свое утверждение двумя способами: Во-первых, человек легко понимает метонимические выражения, широко распространенные в повседневном языке. Во-вторых, человеку свойственно естественным образом метонимически выражать свои переживания и мысли. Возникает вопрос, о причине использования метонимических выражений, а не прямых названий предметов или событий. В данном случае справедливым будет утверждение, что принцип метонимии представляет собой когнитивный эффект, будучи используемой в целях смыслового и эмоционального насыщения слов, а также понимания содержания эмоционального состояния за счет гибкости человеческого познания.

Вышеизложенное подчеркивает необходимость обстоятельного рассмотрения вопроса о том, какие характеристики объекта выражения выделяются в принципе метонимии. В этом отношении Дж. Лакофф рассматривает метонимию как одну из основных характеристик познания и утверждает, что люди часто выбирают хорошо понятный или легко воспринимаемый аспект чего-либо, чтобы представить весь или другой аспект этого явления (Lakoff G., 1987). В данном случае аспекты, которые хорошо понятны или легко воспринимаются, будут наиболее важными или заметными атрибутами объекта.

Согласно вышесказанному, выражение, которое не относится к тому, что оно первоначально означает, а относится к чему-то родственному, может быть названо метонимией. Однако существуют идиомы, выражающие гнев, которые выражают физиологическую реакцию, возникающую при появлении гнева в дословном смысле, и имеют состояние или степень гнева в идиоматическом значении. Этот ряд выражений представляет собой идиомы, выражающие гнев, созданные по принципу метонимии, а принцип, используемый для создания идиом, называется физиологической метонимией.

3.1.1 Причинно-следственная связь между гневом и физиологическими реакциями

Гнев – деструктивная эмоция, которая входит в число универсальных человеческих эмоций. Человеку свойственно злиться и выражать это посредством действий или слов. При вербальном выражении гнева в корейском языке могут использоваться лексические выражения, но чаще применяются идиомы, которые свойственно использовать людям определенной культуры.

А: (раздражен)

Б: (встает) «Бессмысленно говорить слишком долго, у нас обоих уже внутренности горят, так что давай остановимся. (Уходит и снова оборачивается.) Это такая рискованная работа, но что мне делать? Удивительно, как душа дрожит... (Уходит)»

На Хе Сок. «Женщина на цветочном корабле»

Подчеркнутая часть — идиомы, выражающие гнев, используются в данном случае для демонстрации оппоненту сильного гневного раздражения говорящего. Выражения «внутренности горят», «душа дрожит», могут передаваться на русский язык как «злиться, сбиваться с толку от неудовольствия, раздражаться от волнения».

Физиологическими реакциями гнева в корейской лингвокультуре выступают такие признаки, как повышение температуры тела, повышение давления (кровенного, мышечного давления), психическое и физическое возбуждение, торможение нормального восприятия, по мере того, как гнев возрастает, его физиологические

эффекты также усиливаются. Существует определенный предел и, если он превышен, физиологические эффекты нарушают нормальное функционирование психики: кровь приливает к голове, грудь, желудок, внутренности, печень нагреваются и скручиваются, что приводит к состоянию сильного эмоционального возбуждения. Что касается признаков проявления гнева на внешних органах, симптомы могут включать в себя покраснение лица, глаз и шеи, изменение цвета лица, а лоб, зубы и губы дрожат и хмурятся.

Таким образом, можно сказать, что согласно рассмотренным выше эффектам, физиологическая реакция гнева возникает во внутренних и внешних органах тела, исходят из внутренних органов тела и выражаются во внешних. Между эмоциональными и физиологическими реакциями устанавливается причинно-следственная связь. В то же время физиологическая реакция определенной эмоции, то есть физический симптом, иллюстрирует эмоцию и справедливо утверждать, что идиомы, выражающие гнев, могут быть созданы с помощью принципа метонимии, основанного на физиологической реакции организма.

3.1.2. Физиологическая метонимия гнева

Обратим внимание, что процесс возникновения метонимии является систематическим, поэтому систематизация аспектов метонимии представляется вполне возможной. Повышение температуры, жжение лица и кипение внутри служат индикаторами гнева, и эти результаты проявляются по причине состояния человека или факту возникновению гнева.

Одним из первых физиологических симптомов, возникающих при проявлении гнева - повышение температуры тела. Многие фразеологизмы, выражающие гнев и изученные в данном исследовании, имеют буквальное значение физиологического явления повышения температуры и выражают гнев в идиоматическом смысле, используя принцип метонимии.

Таблица 5.

열을 받다	начался жар
일이 오르다	поднялась температура
열이 나다	температура подскочила
열이 뻗치다	жар растекается
천불이 나다	жар вспыхнул

Факт повышения температуры тела оказывает влияние на организм человека. Кровь течет к голове, такие органы, как мозг, желудок, печень нагреваются, увеличивая внутренне давление в человеческом теле. Эта физиологическая реакция мотивирует создание корейских идиом выражения гнева, указанных в Таблице 6.

Таблица 6.

머리에 피가 거꾸로 솟다	кровь хлынула назад из головы
골이 나다	голова расширяется
골이 오르다	голова поднимается
가슴이 답답하다	грудь задыхается
가슴이 막히다	грудь спёртая
속이 끓다	грудь прогнила
속이 상하다	внутренности повреждены

한국어	внутренности, внутренность
속이 타다	внутренности горят
속이 터지다	внутренности взрываются
속이 썩다	внутренности гниют
속에서 불덩이가 치밀다	внутри бушует огненный шар
울화가 치밀다	резкий порыв гнева изнутри
부아통이 터지다	взрывная боль в желудке
비위가 상하다	живот крутит
비위가 사납다	взбесившийся желудок

Вышеприведенные выражения, являются паттернами использования метафоры до применения принципа метонимии. Такие глаголы, как «подниматься, расширяться, взрываться» сочетаются с названиями органов тела для более выразительной дефиниции уровня гневного состояния. Это становится возможным благодаря концептуальной метафоре.

Таблица 7.

얼굴이 달아오르다	лицо становится горячим
얼굴이 붉어지다	лицо краснеет
얼굴이 붉으락푸르락하다	лицо багровеет
얼굴이 새파래지다	лицо бледнеет
얼굴이 일그러지다	лицо искажается
얼굴이 화끈거리다	лицо искажается
얼굴빛이 변하다	лицо меняется
얼굴을 찌푸리다	лицо хмурится
눈이 충혈되다	глаза наливаются кровью
눈에 핏발이 서다	глаза наливаются кровью
눈에서 불이 나다	из глаз огонь вылетает

Что касается внешних органов тела, при повышении кровяного давления лицо, глаза и шея наливаются кровью, цвет лица меняется, лоб, зубы и губы дрожат и хмурятся. Подобные реакции внешних органов участвуют в создании идиом, выражающих гнев посредством принципа метонимии.

Таблица 8.

이가 갈리다	скрежетать зубами
치가 떨리다	зубы стучат
몸/살이 떨리다	тело, плоть дрожит
떨떨 뛰다	прыгать вверх и вниз
이를 악물다	стиснуть зубы
신경이 곤두서다	нервы вверх тормашками
간이 떨리다	печень трясётся
복장을 치다	грудь исцарапана

При достижении наивысшей точки гневного возбуждения, человеку свойственно испытывать физическое и психическое напряжение, заставляющее дрожать зубы или тело. Такие физические реакции также способствуют формированию корейских идиом гнева, основанных на принципе метонимии.

Таблица 9.

눈이 뒤집히다	глаза крутятся
눈이 돌아가다	глаза вращаются
눈에 보이는 것이 없다	пустые глаза
간이 뒤집히다	печень переворачивается
속이 뒤집히다	внутренность переворачивается
머리가 돌다	голова кружится
맛이 가다	вкус пропадает

Важным представляется тот факт, что по факту совершившегося крайне негативного события, нормальное восприятие может нарушиться, что может привести к потере рассудка от гневного эмоционального состояния. Вышеупомянутые идиомы указывают, что степень выраженности гнева становится выше или переживающий испытывает сильный стресс, теряя рассудок от злости.

Обобщающую характеристику и происхождение корейских идиоматических выражений, рассмотренных в Таблицах с 5 по 9, можно представить следующим образом:

1) Гнев возникает, когда человек возбужден или злится из-за чего-то неправильного или несправедливого, и это сопровождается физиологическими реакциями или физическими изменениями. Данные физиологические реакции становятся важной основой для создания корейских идиом гнева посредством принципа метонимии;

2) Фразеологизмы, выражающие гнев (горячиться, краснеть, кипеть внутри) имеют переносное значение «злиться», но его буквальное значение указанных свойств включено в метафорическое значение;

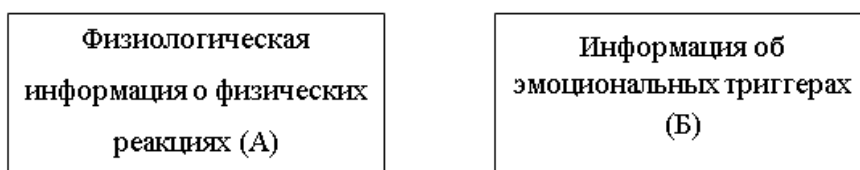
3) При переживании гнева некоторые физиологические явления представляют собой реакцию повышения температуры, покраснения лица и кипения внутри;

4) Гнев распознаётся выражением кипящей внешней реакции. Эти два значения понимаются как связь между целым и частями, а также в качестве связи между причиной (гневом) и результатом (физиологической реакцией);

5) Когда температура тела повышается, это влияет на внутренние органы тела. Кровь притекает к голове, мозг, желудок, печень нагреваются, увеличивая внутренне давление в организме.

3.2 Идиомы, выражающие гнев с помощью метафор

Дословное значение идиомы, выражающей эмоцию гнева, указывает на физиологическую реакцию, но передаваемое содержание представляет собой эмоциональный опыт, включающий в себя указанные реакции. Эту связь можно обозначить следующим образом:



+ =

Эмоциональный опыт

Указанное позволяет сделать вывод, что дословное значение фразеологизма - это физиологическая, физическая реакция (A), значение, передаваемое идиомой - это эмоциональный опыт (A+B).

Идиомы могут рассматриваться в качестве диахронических метафор, не вызывающих аналогии или ассоциации, они способны приобретать новые значения за счет утраты гибкости между прямым и переносным значениями. Данное предположение отходит от традиционного взгляда на метафору, в котором переносное значение рассматривается в качестве девиантного. Традиционный взгляд на метафору делит языковые выражения на «буквальное» и «переносное» значения, фокусируется на «литературных» и «бытовых» определениях метафор и не придает должного внимания повседневным фигурам речи.

В корейском языке метафоры являются средством концептуализации абстрактных и непрозрачных областей опыта конкретным и понятным образом, а метафоры, появляющиеся в повседневной корейской речи, отражают концептуализацию и понимаются как нормальное, естественное явление. С этой точки зрения в данном исследовании корейские идиомы деструктивной эмоции гнева рассматриваются в качестве условных выражений, созданных в процессе переживания и концептуализации гнева.

3.2.1 Концептуальные метафоры гнева

Концептуальные метафоры корейского языка можно определить в качестве инструмента, при помощи которого воспринимаются и визуализируются абстрактные события, действия, эмоции и мысли в виде конкретных объектов или субстанций. Иными словами, концептуальные метафоры в корейском языке способствуют реализации восприятия объектов с неясными границами, и сделать таковые границы более четкими. Человек испытывает эмоции, которые, в свою очередь, являются неосознаваемыми. Однако, в случае использования инструмента в виде многочисленных лингвистических выражений, можно детерминировать эмоциональные переживания в качестве понятий с очевидными границами.

Следует предположить, что идиомы, выражающие гнев, связаны с концептуальным образом мышления. Для этого необходимо определить, как деструктивная эмоция гнева концептуально формируется и выражается в языке. Позиция настоящего исследования заключается в том, что идиомы для выражения гнева связаны с концептуальным образом мышления человека. Таким образом, идиомы, выражающие гнев, являются выражениями, созданными на основе привычного представления о гневе.

Метафора - явление естественное, концептуальная метафора выступает в качестве естественной части человеческого мышления, а лингвистическая метафора — естественной части любого языка. Необходимо добавить, что виды и значения метафор зависят от культурной среды, физиологии человеческого тела, его взаимодействия в физической среде, а также социальных практик.

Таблица 10.

열을 받는다	лихорадит
속이 부글부글 끓다	закипаю внутри
바라다 휘몰다	разметать от гнева

두마가 시름나	вскипать от гнева
울화통이 터지다	приступ гнева
눈에 불이 나다	глаза горят
열불이 나다	сердце горит
속에서 불덩이가 치밀다	внутри бушует огненный шар
속이 타다	внутренности горят
속이 답답하다	внутренности сдавлены
응어리가 지다	ком в желудке
기가 막히다	слов от гнева не найти

Вышеприведенные корейские выражения представляют собой идиомы, выражающие гнев, однако интерпретацию выражений «я злюсь» нельзя найти ни в одном из компонентов каждой указанной идиомы, ввиду того что значение этих выражений передается не через слова, а через концептуальные метафоры. Таким образом, на основании вышеизложенного можно заключить следующее:

- 1) Концептуальные метафоры систематичны, т.е. существует фиксированное соответствие между областью, которая является объектом понимания, и областью, которая используется для понимания;
- 2) Концептуальные метафоры обычно понимаются на основе общего опыта;
- 3) Концептуальные метафоры по большей части бессознательны, и их когнитивное действие почти автоматическое;
- 4) Концептуальные метафоры глубоко интегрированы в язык. То есть в языке встречаются многочисленные слова и идиоматические выражения, основанные на концептуальных метафорах;

В корейском языке, а именно в концептуальной метафоре (гнев — это сущность) абстрактный гнев понимается как конкретная сущность. Для понимания и вербализации концепции, необходимо метафорически спроецировать опыт конкретной сущности на абстрактную концепцию гнева. Существует сходство между опытом «гнева» и опытом «человека», поэтому «гнев» представляется возможным понимать с точки зрения «человека». Понимание и структурирование «гнева» с этого ракурса возможно, потому что между ними существует эмпирическая корреляция. Однако рассмотрение чего-то абстрактного, как гораздо более конкретного объекта, позволяет достичь гораздо более детального понимания речи говорящего.

Заключение

Результаты проведенного нами анализа позволяют сделать некоторые частные выводы, а именно, что корейские идиомы, выражающие деструктивную эмоцию гнева, являются частично синтетическими и их метафорическое значение мотивируется принципом метонимии физиологической реакции, формирующейся при возникновении гнева, или мотивируется метафорическим знанием области, обозначенной идиомой, выражающей гнев.

Наряду с этим, необходимо отметить, что знание метафорических связей между исходными и целевыми областями обеспечивает основу для надлежащего использования и интерпретации идиом в конкретных дискурсивных ситуациях. Человек, говорящий на корейском языке, понимает и переживает абстрактную, неосознаваемую эмоцию гнева в виде реального объекта, ощущая это путем метафорического проецирования опыта

конкретной сущности на абстрактное понятие эмоции. Рассматривая соотношение физиологической реакции гнева и корейских идиом гнева, можно сделать вывод, что структура и значение идиом, выражающих гнев, не находятся в автономной связи, а тесно синхронизированы с физическим опытом.

Наряду с этим необходимо отметить следующее: гнев возникает, когда человек возбужден или злится из-за деструктивного по своей сути, раздражающего фактора и это сопровождается физиологическими реакциями или физическими изменениями. Данные физиологические реакции служат важной основой для возникновения идиом гнева посредством принципа метонимии. Такие идиомы имеют переносное значение «злиться», но их буквальные значения обусловлены физиологическими изменениями внутри человека в момент ощущения испытываемых эмоций.

Таким образом, метафоризация гнева» как «жидкого тепла в контейнере», «огня» и «шара» может рассматриваться как наиболее фундаментальный метод концептуализации в корейской культуре и приравнивает абстрактное понятие гнева к конкретной сущности. Следовательно, ее можно рассматривать в качестве результата когнитивного процесса, который стремится к эффективному выражению в зависимости от сложившейся ситуации. Концепция гнева воплощается через вегетативную нервную систему, а концептуальные метафоры и метонимии, используемые для понимания гнева, ни в коем случае не являются произвольными. Они мотивированы физиологическим опытом говорящего.

Семантические характеристики корейских идиом, выражающих гнев, можно свести к трем категориям:

Во-первых, значение идиом, выражающих гнев, представляет собой не просто сумму лексических значений, оно является синтетическим в виду его мотивированности физиологической метонимией или концептуальной метафорой.

Во-вторых, большинство корейских идиом, выражающих гнев, весьма прозрачны, поскольку их значения понятны, их легко связать или предсказать.

В-третьих, такие идиомы не имеют общих качеств в рамках категории гнева, а организованы в структуру, имеющую семейные сходства между подобными идиомами.

Вместе с тем следует подчеркнуть, что идиоматическое значение фразеологизма, выражающего гнев, не является просто суммой лексических значений, но и не создается совершенно произвольным образом. Иначе говоря, корейские идиомы, выражающие гнев, являются синтетическими, поскольку они мотивированы физиологической метонимией или концептуальной метафорой. Большинство таковых корейских идиом, прозрачны, поскольку их значения легко связать или предугадать. Данные фигуры речи не имеют общих качеств в рамках категории гнева, а организованы в структуру, имеющую семейные сходства между подобными идиомами. Таким образом, среди концептуальных метафор, порождающих идиомы выражения гнева, есть более продуктивные, а есть менее.

Библиография

1. Глазунова О. И. Логика метафорических преобразований. СПбГУ: Филологический факультет; СПб.: СПбГУ, 2000. С. 190.
2. Будаев Э. В. Становление когнитивной теории метафоры // Лингвокультурология. 2007. № 1. С. 16.
3. Смирнова М.А. Понятие «метафора» и подходы к ее изучению // Филология и литературоведение. 2014. № 9. С. 2.

4. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. А. Н. Баранова, А. В. Морозовой. М.: УРСС, 2004. Retrieved from Лакофф Дж., Джонсон М. 2004. С. 256.
5. Kövecses, Zoltán. Metaphor in culture: universality and variation. Cambridge: Cambridge University Press. 2005. P. 331.
6. Wierzbicka, A. Semantics, culture, and cognition: universal human concepts in culture-specific configurations. Oxford: Oxford University Press. 1992. P. 496.
7. Pinker, S. Language instinct: how the mind creates language. New York: Harper Perennial Modern Classics. 2007. P. 576.
8. Jackson, J.C., Watts, J., Mattis, J., Puryear, C., Drabble, R., Lindquist, K. A. From text to thought: how analyzing language can advance psychological science. Perspectives on Psychological Science, 17 (4), 2021. P. 1-22. doi: 10.1177/17456916211004899
9. Jakobs, M., Hüning, M. Scholars and their metaphors: on language making in linguistics. International Journal of the Sociology of Language, 274, 2022. P. 29-50. URL: <https://doi.org/10.1515/ijsl-2021-0017>
10. Alkhamash, R. Processing figurative language: Evidence from native and non-native speakers of English. Frontiers in Psychology, 13, 2022. P. 1-12. doi: 10.3389/fpsyg.2022.1057662
11. Lakoff, G., Johnsen, M. Metaphors we live by. London: The university of Chicago press. 2003. P. 1-12.
12. Garelo, S., Carapezza, M. Is metaphor a natural kind? Frontiers in Psychology, 15, 2024. P. 1-10. doi: 10.3389/fpsyg.2024.1381821
13. Zastrocky, T.E. Tell all the truth but tell it slant: the essential role of metaphor in constructing physics. All Regis University Theses, 962. 2020. P. 1-75. Retrieved from <https://epublications.regis.edu/theses/962>
14. Lee, K. 관용어, 은유 그리고 환유 [Idiom, metaphor, and metonymy]. The discourse and cognitive linguistics society of Korea. Discourse and cognition, 4, 1997. P. 61-87.
15. Byon, A. S., Pyun, D. O. (Eds). The Routledge Handbook of Korean as a Second Language. London: Routledge. 2024. P. 572.
16. Lee, J. 한국어 관용 표현의 성구적 교수. 학습을 위한 제언 [Suggestion for the phraseological teaching and learning of Korean idiomatic expressions]. Kyung Hee Cyber University, 89, 2022. P. 169-192. doi: 10.17296/korbil.2022.89.169
17. Kovaliuk, Y. Idioms in cognitive linguistics: is it all about conceptual metaphor theory? British and American Studies, 28, 2022. P. 287-298. doi: 10.35923/BAS.28.29
18. Lee, S. S. 한글 감정단어의 의미적 관계와 범주 분석에 관한 연구 [A study on the analysis of semantic relation and category of the Korean emotion words]. 한국 도서관 정보 학회지, 47, 2016. P. 51-70. URL: <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.47.201606.51>
19. Haiying, Z. The application of semantic cognitive mechanism of English idioms in idiom teaching. Journal of Contemporary Educational Research, 8(9), 2024. P. 237-242.
20. Jeon, J. H. Analysis of the effect of anger emotion on e-commerce search volume, which is a behavior of negative desire. Journal of Business Convergence, 8(4), 2023. P. 155-163. doi: 10.31152/JB.2023.08.4.155
21. Lakoff, G. Women, fire, and dangerous things: what categories reveal about the mind. Chicago: University of Chicago Press. 1987. P. 43.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования рецензируемой статьи выступает деструктивная эмоция гнева в корейских идиомах. Отмечается, что «слова, обозначающие части тела, а также слова, описывающие окружающую действительность, могут быть так же специфичны для языка, как и термины, относящиеся к традициям, культуре и религии». Это предположение послужило основой данного исследования, в котором утверждается, что тот же принцип применим к идиомам и метафорам в составе языка, поскольку «метафора не только когнитивно, но и культурно мотивирована» (З. Кевечеш). Актуальность работы не вызывает сомнения и обусловлена значимой ролью эмоций в процессе мышления, в языке и в общении, важностью эмоциональных концептов в отражении внутреннего мира человека, вербализации эмоций посредством идиом и метафор. Подобные языковые явления отражают специфику национальной культуры и национального менталитета и требуют тщательного изучения для эффективной межкультурной коммуникации: «Рассмотрение корейских идиом деструктивной эмоций гнева в разрезе их сравнительного анализа с аналогами в русском языке в том виде, в каком они представлены в литературе, позволит сделать соответствующие выводы относительно сходств и различий между двумя языками. Такие сходства и различия необходимо выявлять, поскольку исследуемые языки принадлежат не только к разным языковым семьям, но и представляют различные культуры Европы и Азии, тем самым данное исследование позволит выявить взаимосвязь между языком, мышлением и эмоциями народов различных культур».

Теоретической основой научной статьи выступили работы таких отечественных и зарубежных исследователей, как Э. В. Будаев, М. А. Смирнова, О. И. Глазунова, Ю. Ковалюк, Джордж Лакофф и Марк Джонсон, Золтан Кевечеш, Анна Вежбицкая, Стивен Пинкер, K. Lee, Z. Haiying, J. Lee, J. H. Jeon, S. S. Lee и др. Библиография насчитывает 21 источник, что представляется достаточным для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики. Библиография соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями. Следует отметить, что автор(ы) обращаются как к фундаментальным трудам авторитетных и известных во всем мире ученых, так и к актуальным работам, что свидетельствует о достаточно серьезном анализе состояния исследуемой проблемы. Методология исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, научный поиск, описательный и сравнительно-сопоставительный методы, функционально-семантический анализ, лингвокультурологический анализ, подразумевающий выявление, анализ и описание разноуровневых языковых единиц, соотнесённых с определённым этнокультурным пространством, причем эти единицы являются характерным признаком духовной и материальной реальности народа.

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) подробно рассмотреть понятия «идиома» и «метафора»; установить основные отличия идиомы от метафоры; определить типы идиом деструктивной эмоции гнева и способы их возникновения; выявить семантические характеристики корейских идиом, выражающих гнев; сформулировать ряд существенных выводов: «корейские идиомы, выражающие деструктивную эмоцию гнева, являются частично синтетическими и их метафорическое значение мотивируется принципом метонимии физиологической реакции, формирующейся при возникновении гнева, или мотивируется метафорическим знанием области, обозначенной идиомой, выражающей гнев», «идиоматическое значение фразеологизма, выражающего гнев, не является просто суммой лексических значений, но и не создается совершенно произвольным образом» и др.

Теоретическая значимость работы заключается в описании лингвокультурологических особенностей идиом, выражающих деструктивную эмоцию гнева, в корейской картине

мира. Практическая значимость определяется возможностью использования полученных результатов в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике и в вузовских курсах по языкознанию и теории языка, по теории перевода, по лингвопрагматике и лингвокультурологии.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стил ь статьи отвечает требованиям научного описания. Рукопись имеет завершенный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Баканова А.В., Терентьева Е.Д. Сборник пословиц Маркиза де Сантильяны и его вклад в формирование пиренейской паремиологической традиции // Litera. 2025. № 1. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.72856 EDN: OCRNCX URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72856

Сборник пословиц Маркиза де Сантильяны и его вклад в формирование пиренейской паремиологической традиции

Баканова Анна Валентиновна

кандидат филологических наук

доцент кафедры иберо-романского языкознания МГУ имени М.В. Ломоносова

119991, Россия, г. Москва, ул. Ленинские Горы, 1, оф. 1ГУМ

✉ asia_sim@mail.ru



Терентьева Екатерина Дмитриевна

ORCID: 0000-0001-9654-5192

кандидат филологических наук

доцент; факультет гуманитарных и социальных наук; Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10/2

✉ terentyeva-ed@rudn.ru



[Статья из рубрики "Фольклор"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.72856

EDN:

OCRNCX

Дата направления статьи в редакцию:

25-12-2024

Аннотация: Статья посвящена раннему этапу формирования испанской паремиологической традиции и литературной и собирательской деятельности Маркиза де Сантильяны. XV век играет особую роль в истории испанской фольклористики, поскольку в этот период начинают активно издаваться объемные комментированные словари пословиц и поговорок. В качестве материала исследования выступает первый изданный в Испании сборник пословиц «Refranes ... que dicen las viejas tras el fuego; e van

ordenados por la orden del A, B, C», авторство которого приписывается испанскому государственному деятелю и поэту Маркизу де Сантьяне (Íñigo López de Mendoza y de la Vega). Исследователь Х. де Наваскуэс отмечает, что издание сборника паремий было подготовлено Сантьяней по заказу короля Хуана II. Исследователи-испанисты (Ю. Л. Оболенская, Н. Г. Сулимова, М. М. Раевская) подчеркивают, что на Возрождение в Испании оказывает сильное влияние итальянская гуманистическая традиция, благодаря которой в испанскую литературу приходят новые поэтические формы, и Сантьяне первым среди испанских авторов обращается к сонету. Особый вклад в изучение поэтического искусства вносит письмо-послание Сантьяны к коннетаблю дону Педро Португальскому, которое считается первой испанской поэтикой и в котором рассматриваются вопросы истории и теории литературы. Внутренними условиями развития испанской культуры в этот период, становятся средоточие новых веяний в аристократических кругах, возросший интерес к гуманитарным наукам, в том числе к народной культуре, что в отсутствие сложившейся литературной традиции, делает пословицы и поговорки на кастильском языке образцами правильного языкового узуса. Нельзя не учитывать также влияние североевропейской гуманистической традиции с ее внимательным отношением к устному народному творчеству и авторитетного сборника пословиц Эразма Роттердамского. Фольклорные тексты из сборника Сантьяны являются яркими образцами испанской народной традиции и закладывают в XV веке основу для формирования пиренейского паремиологического фонда.

Ключевые слова:

Испанский язык, испанский фольклор, паремиология, паремия, пословица, поговорка, поэтика, серранилья, десир, песня

Развитие испанских ренессансных представлений следует за общеевропейским гуманистическим движением, зародившимся, как известно, в Италии и достигшим апогея к XV–XVI вв. Общественные настроения в Европе в этот период имеют ярко выраженную гуманистическую направленность, растет интерес исследователей к национальным языкам и литературам, а также устному народному творчеству.

В становлении испанской паремиологической школы XV век является важным этапом несмотря на то, что традиция издания сборников пословиц и поговорок берет свое начало еще в средневековье: «La riqueza paremiográfica española se aprecia en el elevado número de colecciones editadas de forma continuada desde la Edad Media hasta nuestros días, si bien no se conservan muchos repertorios medievales [\[16\]](#). Постепенно Испания входит в эпоху культурного и научного расцвета, подготовленную знаменательными политическими и экономическими событиями: объединение Кастилии и Арагона, завершение Реконкисты, открытие Нового Света. Все это позволяет Испании активно включиться в гуманистическое движение, поскольку, как подчеркивает в предисловии к первой грамматике кастильского языка (1492) Антонио де Небриха [\[15\]](#), расцвет государства всегда сопровождается расцветом языка и культуры.

Система жанров фольклора на романских языках начинает складываться в средние века, на ранних этапах имеют хождение популярные фольклорные мотивы, а не отдельные жанровые формы. В эпоху Возрождения фольклорные тексты встречаются фрагментарно в сборниках дидактического, исторического и религиозного характера, а также как образцы народной речи в авторских литературных произведениях. Несмотря на

очевидные пересечения фольклора и литературы речь идет о разных художественных методах: «В процессе исторического развития в рамках художественной словесности сформировались две системы словесно-художественного творчества – фольклор и художественная литература. Их объединил общий – словесно-художественный – способ воплощения предмета искусства. Вместе с тем фольклор и литература с момента своего возникновения представляют собой два различных мироощущения, два различных художественных метода. Они противостоят друг другу и как две в известной мере самостоятельные системы жанров» [7, с. 14].

Следует отметить, что и средневековая, и ранняя ренессансная терминология весьма условны. Так, небольшое по объему повествование обозначается *historia*, *narración* или *relato*, нравоучительный характер текста подчеркивается терминами *ejemplo*, *apólogo* или *fábula*, героический – *hazaña*, вымышленный – *patraña* и др. В этом ряду употребляется и термин *proverbio*, который указывает в современной системе испанского фольклора на один из малых жанров – *пословицу*. Подобное терминологическое многообразие говорит об условности жанровых границ в рассматриваемый период.

В эпоху Возрождения в центре внимания исследователей оказываются малые формы фольклора – пословицы и поговорки. Для их обозначения в испанском языке используются термины *refrán*, *proverbio*, *aforismo*, *locución*, *dialogismo* и др., а основным содержанием жанра становятся человеческие знание и опыт, выраженные в краткой языковой форме: «La paremiología viene ya desde hace largo tiempo describiendo cómo los refranes dejan entrever diferentes aspectos del bagaje cultural de una sociedad. El hombre hace uso de su ingenio y del poder de la palabra para expresar sus valoraciones sobre el mundo que lo rodea» [20].

С конца XV в. малые жанры фольклора издаются в Испании отдельными сборниками, которые представляют собой объемные словари, содержащие в некоторых случаях до 4–5 тысяч примеров. В данных сборниках авторы приводят пословицы и поговорки на древних классических и молодых романских языках, отражающие богатство как народной, так и книжной традиции. В большинстве случаев тексты располагаются в алфавитном порядке и сопровождаются авторскими комментариями. Некоторые крылатые выражения повторяются из сборника в сборник, формируя со временем пиренейский и общероманский фольклорный корпус. В первую очередь речь идет о работах таких авторов, как Эрнан Нуньес (*Núñez, Hernán*), Педро Вальес (*Vallés, Pedro*), Хуан де Маль Лара (*Mal Lara, Juan de*): «La llegada del Renacimiento supone el afán por recopilar paremias, tanto de uso culto como popular, lo que se refleja en voluminosas colecciones de enunciados breves y sentenciosos. Así, es la época de la publicación de refraneros considerados clásicos para la paremiografía españolas, como los de Pedro Vallés (1555), Hernán Núñez (1555) o Juan de Mal Lara (1568)» [16]. Одним из первых изданных в Испании сборников паремий считается труд Маркиза де Сантьяны (*Marqués de Santillana*) «Refranes ... que dicen las viejas tras el fuego» (1549): «una obra esencial para comprender la paremiografía española, se trata de los refranes recopilados por Íñigo López de Mendoza, el Marqués de Santillana. Durante mucho tiempo se creyó que era la colección más antigua en lengua vulgar, pero siendo el primer refranero impreso en España» [16].

В Испании Возрождение развивается под влиянием двух традиций: итальянской и североευропейской. Еще одной «существенной особенностью испанского Возрождения надо признать и отсутствие в стране широкой базы для развития гуманизма [...]. Речь идет скорее об отдельных личностях (Фернандо де Кордова, Энрике де Вильена, Маркиз де Сантьяна, Хуан де Лусена и многие другие), которые в период разрушения

средневековых устоев ведут поиски нового пути, опираясь на философские, моральные и эстетические взгляды античных авторов, отцов церкви и средневековых философов» [10, с. 19].

Представители испанских аристократических и литературных кругов активно занимаются гуманитарными науками, собирают богатые библиотеки, образуют культурные сообщества. Важную роль в общественной жизни Испании сыграло также выделение городов-центров культуры таких, как Севилья, Толедо и Валенсия, появление целого ряда крупных университетов и развитие книгопечатания. Влияние Италии сказывается на различных сферах жизни, а завоевание Неаполя Альфонсом V приводит к еще большему сближению двух стран вплоть до того, что знатные испанские семьи посылают своих наследников получать образование в Италию. Увлечение итальянскими образцами является одной из основных черт испанской литературы этого периода, испанские литераторы проявляют глубокий интерес к творчеству Данте, Петрарки, Бокаччо, а также обращаются к античности и ее ключевым авторам – поэтам и философам.

Влияние североевропейского гуманизма, вдохновленного авторитетом нидерландского мыслителя Эразма Роттердамского, выражается среди прочего в повышении интереса к малым фольклорным жанрам. Среди его трудов особое место занимают сборник пословиц и поговорок «Адагии» и сборник кратких изречений «Aprophthegmata», ориентируясь на которые, представители испанского гуманизма начинают уделять особое внимание фольклорному наследию и находить в народной традиции источник национальной идентичности и языкового богатства. Эразм Роттердамский приводит пословицы греческого и латинского происхождения и упоминает также несколько голландских крылатых выражений. Особую ценность сборнику придают авторские комментарии и примеры, достигающие в некоторых случаях объема небольшого эссе. Сборник пословиц Эразма Роттердамского оказал огромное влияние на европейскую фольклорную традицию и способствовал пробуждению интереса к античной мудрости. Испанские гуманисты были знакомы с его трудами, так, именно на них ориентируется Хуан де Вальдес (*Juan de Valdés*), обращаясь к испанским пословицам как к образцам правильного узуса в своей работе «*Diálogo de la lengua*» (1535–36) [19].

Влияние гуманистических традиций сказывается не только на деятельности собирателей фольклора и авторов первых грамматических сочинений, но и на литературном процессе Испании. Со временем меняется поэтическая жанровая система, а аристократические формы поэзии начинают перемежаться образцами народных сатирических жанров: «произведения поэтов дошли до нас в коллективных сборниках «кансьонерос» (*cancioneros* – «песенники»). Особенно значительны – «Кансьонеро Баэны» («*Cancionero de Baena*») и «Кансьонеро Стуньи» («*Cancionero de Stúñiga*»), представленные в которых авторы отчетливо распадаются на две группы: сторонников старой, галисийско-португальской школы и представителей новых веяний, идущих из Италии. Отсюда стилистическая пестрота сборников, столкновение в нем старых лирических форм – вильянско, серранильи и т. п. с новыми, пришедшими из Италии, – сонетом, канцоной и др.» [8].

Увлечение итальянским стихосложением отмечено впервые в творчестве известного поэта, паремиолога и общественного деятеля эпохи Проторенессанса Маркиза де Сантьяны (настоящее имя *Íñigo López de Mendoza y de la Vega*). Сантьяна является также автором послания португальскому констеблю дону Педро Португальскому «*Proemio e carta al condestable don Pedro de Portugal*» [18], которое считается первым сочинением по теории поэзии на кастильском языке. Написанное в 1449 г., оно содержит сведения о

развитии европейской литературной традиции, сравнительный анализ поэтических стилей, а также оценку пиренейского фольклорного наследия.

Деятельность Маркиза де Сантьяны (1398–1458) пришлась на время правления короля Хуана II Кастильского. Сантьяна происходил из знатного рода, начиная с XIV в. представители этой талантливой семьи служили королю Альфонсо XI, а затем Хуану II. Отец и дед Сантьяны занимали высокие должности и приумножили семейное состояние: «Su abuelo, Pero González de Mendoza, es conocido por su valentía en la batalla de Aljubarrota (1385); su padre, Diego Hurtado de Mendoza, fue Almirante Mayor de Castillo y poseyó una de las más importantes fortunas de la época» [16]. По материнской линии Сантьяна приходился родственником королевскому дому и многим известным литераторам Испании, среди которых Лопес де Айяла, Перес де Гусман, Гомес Манрике и другие. Все это в дальнейшем позволило ему сделать блестящую военную и литературную карьеру, а также стать одним из влиятельнейших людей своего времени. О личных качествах Сантьяны сохранилось немного свидетельств, однако и современники, и исследователи его творчества отзывались о нем сугубо положительно: храбрый, скромный, тонко чувствующий человек с большим сердцем («gozó de una vida sumamente intensa y de una gran personalidad. No solo sobresale por ser un gran militar sino por muchas virtudes: valentía, agudeza, discreción y humanidad» [16]). Отмечается многогранность его творческой натуры: «блистательный государственный муж, придворный и воин, просветитель и меценат, поэт, который опробовал свое перо во многих областях литературы – от народных (традиционных) до ученых жанров. Уже современники считали его идеальным воплощением союза *armas y letras*» [9].

Известно, что Сантьяна начинает творческий путь при арагонском дворе, где поддерживает дружеские отношения с арагонской знатью и придворными поэтами-трубадурами: Энрике де Вильеной, Жорди де Сан-Жорди, Аузиасом Марком. В своей литературно-поэтической деятельности Сантьяна опирается на античную традицию, ориентируясь на произведения таких авторов, как Сенека, Гомер, Вергилий, Аристотель. Не оставляет он без внимания и творчество литераторов итальянского возрождения, а также галисийских, провансальских, французских поэтов.

Будучи поклонником итальянской гуманистической традиций, Сантьяна первым использует форму сонета в кастильском стихосложении (известны его 42 сонета на итальянский манер «Sonetos fechos al itálico modo», среди которых: «Clara por nombre, por obra e virtud», «Sitio de amor con gran artillería», «En el próspero tiempo de las serenas»). «Анализ сходных топосов («далекая любовь», «хвала даме»), устойчивых мотивов, поэтического языка позволяют сделать вывод, что сонеты Сантьяны демонстрирует рождение особого жанрового сознания не за счет заимствования или введения новых поэтических моделей (петрарковских или стильновистских, которые представлены лишь спорадически), а за счет преломления через новую авторскую интроспективную оптику традиционных куртуазных топосов» [9].

Еще одним источником вдохновения становится испанская народная поэзия, наполненная сатирой и юмором (*estos romances y cantares de que las gentes de baja y servil condición se alegran*) и, в частности, жанр серранильи (*serranilla*), объединяющий испанскую ритмику с пасторальным сюжетом: «Las serranas y las serranillas se convierte en objeto de deseo del caballero medieval o renacentista, en motivo de inspiración poética que continúa los patrones del verso cortés. Late en muchos de los versos la sumisión a la dama, el rendir vasallaje a la mujer como señora altiva y vigilante de la montaña, de un lugar adverso que se trata de pasar y traspasar. De un amor cortés que tiene su origen en

Provenza y en las Pastorelas italianas, en las cántigas galegas del amigo. Las serranas son, sin duda, una figura literaria clave, cuya presencia se prolonga en la poesía española casi hasta el Romanticismo» [17]. Отдельный интерес вызывают у Сантьяны пословицы и поговорки испанского языка, которые он издает отдельным словарем и подробно комментирует («Glosas a los proverbios»).

В литературном наследии Сантьяны сохранилось и нескольких писем. Среди них важно остановиться подробнее на тексте послания к коннетаблю дону Педро Португальскому, которое, как уже упоминалось, является по сути первой испанской поэтикой и в котором Сантьяна подробно рассматривает вопросы истории и теории литературы. В нем же он отмечает важность фольклорной традиции, упоминает некоторые фольклорные жанры, исследует фольклорные мотивы творчества.

Цель своего послания к коннетаблю дону Педро Португальскому Сантьяна обозначает следующим образом: по просьбе короля он постарается познакомить инфанта с такими жанровыми формами, как *decires* и *canciones*. Кансьон и десир являются распространенными жанрами, сохранившимися в испанских песенных сборниках, основное отличие между которыми заключается в более разнообразном тематическом наполнении *dezir* по сравнению с эмоциональной окрашенностью песни. Сантьяна в присущей ему скромной манере («de tanta insuficiencia estas obretas más») отмечает в письме, что эти жанровые формы не заслуживают особого внимания: «no son de tales materias, ni así bien formadas y artizadas». И если подобные тексты и могут показаться забавными и полезными придворной молодежи наряду с другими видами развлечений, то совершенно точно не могут нравиться самому Сантьяне как опытному ценителю литературы: «Y así, señor, muchas cosas placen ahora a vos que ya no placen o no deben placer a mí». Однако Сантьяну радует тот факт, что инфант проявляет интерес к поэзии – искусству, которое, по его мнению, доступно лишь возвышенным и благородным душам: «nunca esta ciencia de poesía y gaya ciencia buscaron ni se hallaron sino en los ánimos gentiles, claros ingenios y elevados espíritus».

В письме Сантьяна также сравнивает поэзию и прозу, ставя первую выше второй. Он подчеркивая красоту поэтической формы, стройность рифмы и размера: «me esfuerzo a decir el metro ser antes en tiempo, y de mayor perfección y más autoridad que la suelta prosa». Далее Сантьяна продолжает рассуждать об истории стихосложения с древнейших времен, отмечая вклад в поэтическое искусство и библейских персонажей («el primero que hizo rimas o canto en metro haya sido Moisés»), и поэтов античности («De los griegos quieren sean los primeros Acatesio Milesio y, après de él, Ferécides Siro y Homero, no obstante que Dante 'soberano poeta' lo llama»). Также упоминает Сантьяна наиболее уважаемых им итальянских авторов и их произведения – сонеты Петрарки («sus églogas y muchos sonetos»), поэзию Бокаччо («Juan Bocacio, poeta excelente y orador insigne»), строки «Божественной комедии» Данте («Dante escribió en tercia rima elegantemente las sus tres comedias Infierno, Purgatorio y Paraíso»).

Отдав дань уважения представителям итальянской литературы, Сантьяна переходит к описанию различных уровней мастерства в поэзии. Он выделяет три основных уровня («tres grados, es a saber: sublime, mediocre e ínfimo») и приводит примеры произведений и авторов для каждого уровня. На самую низкую ступень Сантьяна ставит тех, кто творит на потребу толпе, не соблюдая ни правил, ни порядка («Ínfimos son aquellos que sin ningún orden, regla ni cuento hacen estos romances y cantares»). Можно заметить, что оценка устной народной традиции у Сантьяны носит двойственный характер: с одной стороны, Сантьяна негативно отзываясь о пользующихся популярностью у простого

люда *romances y cantares*, с другой, высказывается в поддержку уже сложившихся фольклорных жанровых форм. Так, он приводит в качестве положительного примера жанр эпиталамы – свадебной песни, имеющей греческое обрядовое происхождение («son cantares que en loor de los novios en las bodas se cantan»).

Особый интерес представляет часть письма, в которой Сантьяна предпринимает попытку выделить отличительные черты существующих национальных поэтических традиций. Сравнивая особенности стихосложения на романских языках, Сантьяна дает высокую оценку окситанской и итальянской поэзии и отмечает каталонское, валенсийское и арагонское поэтическое искусство («Los catalanes, valencianos y aun algunos del reino de Aragón fueron y son grandes oficiales de esta arte»).

Испанской литературе Сантьяна также уделяет внимание и восхваляет слог таких произведений, как «Libro de Alexandre», «Libro de Buen Amor» Хуана Руиса, «Rimado de Palacio» Перо Лопеса де Айалы и «Обеты Павлина» Хуана Лоренцо Серуры («Entre nosotros usose primeramente el metro en asaz formas, así como el *Libro de Alexandre*, *Los votos del pavón* y aun el *Libro del Arcipreste de Hita*, y aun de esta guisa escribió Pero López de Ayala el Viejo un libro que hizo de las maneras del *Palacio* y llamaron las *Rimas*»). Но ни один регион Испании не может, по мнению Сантьяны, похвастаться столь глубоким знанием искусства *arte mayor*, как Галисия и Португалия («Y después hallaron esta arte que 'mayor' se llama y el arte común, creo, en los reinos de Galicia y de Portugal, donde no es de dudar que el ejercicio de estas ciencias más que en ningunas otras regiones y provincias de la España»).

Рассуждая о собственном стиле, Сантьяна признается, что еще в детстве смог впитать галисийско-португальскую фольклорную традицию (*cantigas, serranas y decires portuguesas y gallegos*). Интерес к фольклору приводит Сантьяну к изданию словаря пословиц и поговорок «Refranes ... que dicen las viejas tras el fuego; e van ordenados por la orden del A, B, C» (1549). Исследователи отмечают, что издание сборника паремий было подготовлено Сантьяной по заказу короля Хуана II.

Авторство Сантьяны неоднократно подвергалось сомнению в XX веке, например, в работах У. Кронана, основным аргументом которого было то, что аристократ Сантьяна не мог столь подробно интересоваться фольклорной традицией: «En 1911, Urban Cronan pone en duda tal paternidad, lo que provoca una viva polémica. Cronan estima que no hay argumentos suficientes para atribuir esta obra al Marqués de Santillana [...] un aristócrata como Íñigo López de Mendoza no sentiría inclinación alguna por la sabiduría popular cristalizada en los refranes» [16]. Другие же исследователи истории испанской литературы, напротив, высказывались в пользу авторства Сантьяны, среди них и Рафаэль Ланеса: «Otros eruditos, en cambio, Fermín Sánchez Escribano (1942) y Rafael Lapesa (1957: 261) están a favor de la paternidad del Marqués» [16].

В пользу авторства Сантьяны, по их мнению, говорит тот факт, что сборник никогда не фигурировал как анонимный, хоть и не сохранилось первое издание, о котором упоминает Хуан де Маль Лара. Наваскуэс полагает, что идея составления сборника пословиц принадлежит исключительно Хуану II, а Сантьяна выступает всего лишь исполнителем: «Así no consideramos como folklorista al Marqués de Santillana, sino al rey, y de esta forma Podemos dar explicación al cómo, siendo López de Mendoza enemigo declarado de la producción popular, coleccionó, no obstante los refranes» [14, p. 32]. Тем не менее, сборник Сантьяны, содержащий 4225 фольклорных единиц с комментариями автора, по-прежнему считается если не первым, то одним из самых ранних изданных в

Испании и сохранившихся до наших дней сборников пословиц и поговорок: «una obra esencial para comprender la paremiografía española [...]. Por estos motivos, merece estar en la Biblioteca fraseológica y paremiológica» [16].

Сборник Сантильяны был любим публикой и пережил множество переизданий, особенно часто он переиздавался в первой половине XVI века. Испанские исследователи считают данный факт удивительным, поскольку в этот период нигде в Европе не наблюдалось такого интереса к собиранию и изданию пословиц и поговорок. Малые фольклорные жанры воспринимались, скорее, как примета языка необразованных слоев населения, несовместимая с возвращением к классической традиции, несмотря на авторитет северного Возрождения и знаменитого сборника пословиц Эразма Роттердамского: «Este hecho es realmente sorprendente, porque esto ocurría en España mientras en otros países de Europa, con la llegada del Renacimiento, se daba la espalda a los refranes, que eran considerados cosa del vulgo y poco compatible con la renovación de la cultura en su vuelta al Clasicismo. Y eso, a pesar de la muy importante aportación de Erasmo con su magnífica obra *Adagiorum chiliades quatuor*» [16].

В названии сборника Сантильяна указывает на народное происхождение представленных в нем единиц, обращаясь к образу бедных старух, коротающих время у очага (*Refranes ... que dicen las viejas tras el fuego*), за что в дальнейшем работа не раз несправедливо высмеивалась: «Se ha criticado a veces el carácter popular que se da a los refranes y se ha tratado de ridiculizar esa para nosotros preciosa característica que surge de la observación «que dicen las viejas tras el fuego». Para nosotros, resulta no sólo simpático sino también muy significativo, porque, en efecto, no sólo en aquellos ya lejanos tiempos de finales del siglo XV y principios del XVI, sino también en nuestros días las «viejas» eran y son como un archivo muy rico y muy valioso de refranes» [16]. Эта черта отличает сборник от других словарей фольклора данного периода, в которых прослеживается тенденция к смешению романских и античных крылатых выражений.

Идею о ценности текстов устной народной традиции в этот же период формулирует в «Диалоге о языке» Хуан де Вальдес: «para considerar la propiedad de la lengua castellana, lo mejor que los refranes tienen es ser nacidos en el vulgo» [19]. Вальдес разделяет паремии по их происхождению: с одной стороны, он говорит о фольклорных текстах, собранных из уст народа, с другой, упоминает пословицы и поговорки, пришедшие из античности и не имеющие прямого отношения к испанской устной традиции. Сравнивая эти два вида текстов, Вальдес приходит к однозначному выводу о важности именно кастильских паремий. Как и Сантильяна, он использует образ пожилых женщин, сидящих за работой у огня: «los castellanos son tomados de dichos vulgares, los más de ellos nacidos y criados entre viejas, tras del fuego hilando sus ruecas» [19].

Если говорить о тематическом наполнении сборника Сантильяны, то можно отметить, что собранные им тексты пословиц и поговорок охватывают практически все многообразие жизненных ситуаций. Так, например, затрагиваются вопросы морали и жизненного опыта, как и в известных паремиях на русском языке: Хорошо ловить рыбу в мутной воде. Сытый голодного не разумеет. У кого власть, тот и прав. Каждый сверчок знает свой шесток. Без труда не выловишь и рыбку из пруда. У семи нянек дитя без глазу. Лучше синица в руках, чем журавль в небе (*A río revuelto, ganancia de pescadores. Al hombre harto, las cerezas le amargan. Allí van leyes do quieren reyes. Cada gorrión con su espigón. No hay atajo sin trabajo. Asno de muchos, lobos lo comen. Más vale pájaro en mano que buitre volando*).

Интерес представляют также пословицы и поговорки про свекровь, весьма распространенные в разных языках, основной посыл которых состоит в том, что свекровь ни в каком виде не может быть доброй (*Suegra, ni de barro buena*. Сравним в рус. *У лихой свекрови и сзади глаза*).

Отдельное место занимают многочисленные примеры народной мудрости, связанные с вопросами человеческого общения, соответствия между словом и делом и т. п.: *A buen entendedor, pocas palabras. A dos palabras, tres pedradas. Boca que dice que no, dice que sí. Decir y hacer, no es para todos hombres. Más vale saber que haber*.

Не остается без внимания и столь важная сфера человеческой жизни, как финансы (взять или дать в долг, заработать, украсть, дихотомия деньги-власть), и связанные с ней качества характера: *A dineros tomados, brazos quebrados. Duerme quien duerme, y no duerme quien algo debe. Quien dinero tiene, alcanza lo que quiere*.

Традиционными темами подобных сборников становятся также описания различных занятий и профессий (сравним с русским *Сапожник без сапог*): *Barbero, loco o parlero*.

Нельзя не упомянуть также тот факт, что в сборнике Сантильяны представлено немало поговорок про ведьм и колдуний: *Hadas malas me hicieron negra, que yo blanca era. Hadas malas y corazón ancho. Los pollos de Marta piden pan, y danles agua*. Злые феи (*hadas malas*) в испанском несказочном фольклоре традиционно предстают в образе златовласых красавиц, сидящих у воды. Они могут красть чужих детей и заботиться о животных, а рядом с ними часто изображается золотая курица с золотыми цыплятами (сравним с золотым яичком в русских сказках): «Consta de otro gran número de historias, en que la gallina es de oro, y son de oro asimismo los polluelos...» [14, p. 210]. Вспомним также знаменитый европейский сказочный сюжет о Спящей красавице, известный в более поздней редакции Ш. Перро и братьев Гримм: «Эти низшие божества вполне оправдывают происхождение своего названия от латинского *fatum* – судьба. [...] Уже у Хуана Руиса (1283 – ок. 1350) в “Книге благой любви” говорится о силы *fadas alvas*, белых фей, приносящих с рождения удачу, красоту и другие достоинства, в текстах первой трети XIV в. также упоминаются и насылающие беды и болезни черные феи» [5, с. 232].

Подводя итог, хотелось бы подчеркнуть вклад сборника Маркиза де Сантильяны в науку о фольклоре на раннем этапе ее становления и отметить глубоко народную основу его работы, отражающую различные стороны национального мировидения испанцев, где народная вера в здравый смысл, талант и профессионализм сочетается с колдовством, предсказаниями судьбы и суевериями. Отметим также, что тексты из сборника Сантильяны в последующие века становились источниками примеров и знаний об испанской народной традиции в работах многих испанских фольклористов, заложив уже в XV в. основу для формирования паремиологического фонда испанского языка: «Los primeros vestigios seguros del *Folklore* hispano los encontramos en el siglo XV, representado en las colecciones de refranes y de costumbres que entonces se hicieron» [14, p. 32].

Интерес к пословицам и поговоркам на Пиренейском полуострове берет начало в первых сборниках текстов на романсе и достигает небывалых вершин в период Возрождения. Постепенно сборники пословиц и поговорок испанского, португальского, каталанского, галисийского происхождения, вместе с текстами, унаследованными из греко-латинской традиции, образуют общую базу народной мудрости, где черпают вдохновение

исследователи последующих веков.

Библиография

1. Баканова А. В. Малые жанры испанского фольклора // Ибероамериканские тетради. 2023. № 11(3), 146-163.
2. Коккьяра Дж. История фольклористики в Европе. М.: Издательство Иностранной литературы, 1960. 694 с.
3. Раевская М. М. Испанское языковое сознание Золотого века (XVI–XVII вв.). М.: Комкнига, 2007. 304 с.
4. Оболенская Ю. Л. *Mitos y leyendas de España*. Легенды и предания Испании: С обширными лингвокультурологическими, историческими, грамматическими комментариями. М.: URSS, 2023. 240 с.
5. Оболенская Ю. Л. Мир испанского языка и культуры: Очерки, исследования, словарь суеверий и символов. М.: URSS, 2018. 256 с.
6. Павлова А. Н. 2022 Генезис и трансформация праздничной культуры в Испании. Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2022. 272 с.
7. Сапрыкина О. А. Язык и словесное творчество средневековой Португалии. М.: URSS, 2010. 285 с.
8. Смирнов А. А. Средневековая литература Испании. URL: <http://svr-lit.ru/svr-lit/smimov-literatura-ispanii/glava-pervaya.htm>
9. Смирнова М. Б. «На итальянский лад»: опыт трансляции сонета в испанской поэзии XV века // Новый филологический вестник. 2016. № 4 (39). С. 105-117.
10. Сулимова Н. Г. История развития испанской грамматической мысли (XV–XIX вв.). М.: МАКС Пресс, 2005. 331 с.
11. Díaz Viana, L. El folklore dentro de las disciplinas antropológicas: tradición y nuevos enfoques // *Perifèria. Revista de Recerca i Formació en Antropologia*, Vol. 27 Núm. 1, 2022. URL: <https://revistes.uab.cat/periferia/article/view/v27-n1-diaz>
12. Diccionario de la lengua española. 2022. URL: <https://dle.rae.es/> (дата обращения: 22.12.2024)
13. Mal Lara J. de *La Philosophia vulgar*. 1568. URL: [https://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=86261] (дата обращения: 02.08.2023)
14. Navascués J. M. *Historia del Folklore. Folklore y costumbres de España*. Barcelona: Ediciones Merino, 1944. Т. 1. P. 3–164.
15. Nebrija A. de (1492) *Gramática de la lengua castellana* [Grammar of the Spanish language]. URL: <https://antoniodenebrija.elcastellano.org/indice.html> (accessed: 20.12.2024)
16. «Refranes que dizen las viejas tras el fuego». Los refranes recopilados por el Marqués de Santillana. 2018. URL: https://cvc.cervantes.es/lengua/biblioteca_fraseologica/r3_cantera/refranes_recopilados_marques_santillana.pdf
17. Sánchez Pérez, C. I. De las serranas a las serranillas, como personajes literarios femeninos. Del Arcipreste de Hita al Marqués de Santillana. 2014. URL: https://cvc.cervantes.es/literatura/arcipreste_hita/04/s_perez.htm
18. Santillana, Marqués de «Proemio e carta al condestable don Pedro de Portugal». URL: [https:// Dialnet-ElProhemioECartaDelMarquesDeSantillanaYLaEpistolaA-2668036%20\(2\).pdf](https:// Dialnet-ElProhemioECartaDelMarquesDeSantillanaYLaEpistolaA-2668036%20(2).pdf)
19. Valdés J. de (1976) *Diálogo de la lengua* [Language Dialogue]. URL: https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/dialogo-de-lalengua--0/html/fede437e-82b1-11df-acc7-002185ce6064_2.html (accessed: 19.12.2024).
20. Zárate-Sánchez, G. Distancias lingüísticas y culturales: Dios en los refraneros del

español y el portugués. 2010. URL:

<https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/2874/264>

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензируемая статья посвящена исследованию сборника пословиц Маркиза де Сантильяны и его вклада в формирование пиренейской паремиологической традиции. Отмечается, что «к XV–XVI вв. общественные настроения в Европе имеют ярко выраженную гуманистическую направленность, растет интерес исследователей к национальным языкам и литературам, а также устному народному творчеству», «в становлении испанской паремиологической школы XV век является важным этапом несмотря на то, что традиция издания сборников пословиц и поговорок берет свое начало еще в средневековье». Актуальность работы обусловлена неугасаемым интересом лингвистов к паремиологическому фонду языков. Язык, как известно, аккумулирует многовековой опыт его носителей и фиксирует благодаря своему богатому инструментарию как состояние общества в целом, так и отдельной личности. Наиболее яркими единицами, в которых запечатлен опыт народа, его социально-эстетические, морально-этические, художественные и духовные идеалы, особенности мировоззрения и мировосприятия, являются паремии. Сборник пословиц Маркиза де Сантильяны считается одним из первых изданных в Испании сборников паремий.

Теоретической основой работы явились труды таких отечественных и зарубежных исследователей, как М. М. Раевская, Ю. Л. Оболенская, О. А. Сапрыкина, А. А. Смирнов, М. Б. Смирнова, Н. Г. Сулимова, Ю. Л. Оболенская, А. В. Баканова, А. Н. Павлова, Дж. Коккьяра, J. de Valdés, G. Zárate-Sández, L. Díaz Viana и др. Библиография насчитывает 20 источников, что представляется достаточным для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики. Библиография соответствует специфике рассматриваемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями. Методология проведенного исследования носит комплексный характер. С учётом специфики предмета, объекта, цели и задач работы использованы общенаучные методы анализа и синтеза, описательный и сравнительно-исторический метод, фразеологический анализ и лингвокультурологический анализ, подразумевающий выявление, анализ и описание разноуровневых языковых единиц, соотнесённых с определённым этнокультурным пространством, причем эти единицы являются характерным признаком духовной и материальной реальности народа.

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) рассмотреть литературное наследие Сантильяны, в частности его письма, в которых он подробно рассматривает вопросы истории и теории литературы, сравнивает поэзию и прозу, предпринимает попытку выделить отличительные черты существующих национальных поэтических традиций. Интерес к фольклору приводит Сантильяну к изданию словаря пословиц и поговорок (1549). В статье подробно анализируется тематическое наполнение сборника Сантильяны (пословицы и поговорки, затрагивающие вопросы морали и жизненного опыта; вопросы человеческого общения, соответствия между словом и делом; описание различных занятий и профессий и пр.). В заключение автор(ы) подчеркивают вклад сборника Маркиза де Сантильяны в науку о фольклоре на раннем этапе ее становления и отмечают, что тексты из сборника Сантильяны в последующие века становились источниками примеров и знаний об

испанской народной традиции в работах многих испанских фольклористов, заложив уже в XV в. основу для формирования паремиологического фонда испанского языка, а также формулируют вывод о глубоко народной основе работы Сантильяны, отражающей различные стороны национального мировидения испанцев, где народная вера в здравый смысл, талант и профессионализм сочетается с колдовством, предсказаниями судьбы и суевериями.

Теоретическая значимость и практическая ценность исследования заключаются в его вкладе в изучение пиренейской паремиологической традиции, а также в возможности использования его результатов в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике и в вузовских курсах по языкознанию и теории языка, по лингвопрагматике, лингвокультурологии, паремиологии и лексикографии.

Представленный материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стиль изложения соответствует требованиям научного описания. Статья имеет заверченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Бай Я. Рецепция творчества К. Д. Бальмонта в Китае // Litera. 2025. № 1. С.226-235. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.73183 EDN: YCKSFB URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73183

Рецепция творчества К. Д. Бальмонта в Китае

Бай Ян

ORCID: 0000-0003-0530-5471

аспирант, кафедра русской и зарубежной литературы; Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ publikaysiya@mail.ru



[Статья из рубрики "Литературоведение"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.73183

EDN:

YCKSFB

Дата направления статьи в редакцию:

23-01-2025

Дата публикации:

30-01-2025

Аннотация: Предметом исследования автора настоящей статьи является процесс освоения литературного наследия русского поэта-символиста К. Д. Бальмонта в литературоведении Китая. В статье рассматриваются такие аспекты темы, как рецепция художественного творчества русского поэта-символиста К. Д. Бальмонта в Китае; состояние переводов и степени изученности литературного наследия К. Д. Бальмонта в Китае; выявление причин, по которым Бальмонт привлекает внимание китайских ученых. В статье представлена периодизация деятельности китайских переводчиков и литературоведов, обращавших внимание на творчество русского символиста, начиная с 20-х гг. прошлого столетия и по сегодняшний день. В работе также находит отражение классификация существующих в Китае исследовательских работ, посвященных творчеству рассматриваемого автора, обозначаются основные недостатки в процессе освоения произведений Бальмонта китайским литературоведением и объективирующие их определенные ограничения (в частности, отсутствие переводов его прозы). При

изучении проблем, связанных с переводом и исследованием творческого наследия Бальмонта, при описании основных научных источников, поднимающих проблему творческого метода русского символиста, автор опирался на общетеоретические методы анализа, синтеза, описания и сопоставления. При оформлении периодизации деятельности китайских ученых и переводчиков был использован сравнительно-сопоставительный и сравнительно-исторический методы. В результате выявляется, что в последнее десятилетие исследования китайских литературоведов о рецепции русских поэтов-символистов в Китае в основном сосредоточены на таких поэтах-символистах, как Андрей Белый, Александр Блок и Дмитрий Мережковский. Однако лирические, символические и музыкальные начала в творчестве Бальмонта все время находятся в центре внимания китайских исследователей. На основании текущего состояния изучения творческого наследия автора выявляется, что дальнейшие исследования его поэзии имеют большие перспективы в Китае. Изучение рецепции творчества К. Д. Бальмонта в Китае имеет важное значение для дальнейшего глубинного и всестороннего исследования художественного творчества и мировоззрения поэта-символиста. Основным ограничением в процессе освоения творческого пути К. Д. Бальмонта китайскими литературоведами является факт отсутствия переводов его прозы на китайский язык.

Ключевые слова:

К. Д. Бальмонт, Китай, китайское литературоведение, поэзия Бальмонта, поэт-символист, рецепция, русская поэзия, Серебряный век, литературное наследие Бальмонта, творческий путь Бальмонта

Введение

Константин Бальмонт – один из известнейших поэтов-символистов Серебряного века русского литературного процесса. Его поэзия пронизана романтичностью, духовностью и красотой, что привлекает внимание читателей и ученых из всех стран мира. Китайские ученые не стали исключением в области исследовательского интереса к литературному наследию данного автора, и еще в 1920-е годы они начали уделять внимание творчеству Бальмонта.

Актуальность изучения особенностей рецепции творчества К. Д. Бальмонта в китайском литературоведении объективируется рядом причин, среди которых центральной становится укрепление и расширение связей России и Китая во многих областях жизнедеятельности государств, в том числе и в сфере гуманитарного знания. В свою очередь переводческая деятельность и исследование литературного творчества рассматриваемого автора является для китайской литературоведческой школы одной из приоритетных задач, поскольку поэт-символист духовно оказывается близок к культуре Китая, а его символика и используемые в поэзии образы соотносятся с идеями китайской философии даосизма.

Изученность проблемы

На сегодняшний день проблема рецепции творчества К. Д. Бальмонта в Китае не становилось предметом специального научного анализа. Наука не разработала периодизации деятельности переводчиков и исследователей Китая по освоению творческого наследия русского поэта-символиста. В связи с этим автором статьи был изучен целый комплекс работ китайских специалистов, так или иначе соприкасающихся с

поэзией и творческой деятельностью рассматриваемого художника слова с целью представления результатов работы китайской литературоведческой школы в заявленном направлении.

Научная новизна исследования детерминируется тем, что впервые представлена периодизация деятельности китайских переводчиков и литературоведов, изучавших творчество К. Д. Бальмонта, а также определена типология работ, поднимающих вопрос о творчестве и биографии названного поэта.

Цели и задачи исследования

Целью данной работы явился анализ состояния переводов и исследований творчества русского поэта-символиста К. Д. Бальмонта в Китае. В данной связи автором решаются следующие задачи:

- 1) представить периодизацию деятельности китайских переводчиков и литературоведов по освоению поэзии К. Д. Бальмонта и кратко описать фундаментальные труды, посвященные обозначенной теме;
- 2) оформить типологизацию существующих работ по творчеству поэта в Китае;
- 3) выявить основные проблемы и ограничения в процессе освоения творчества рассматриваемого автора в китайском литературоведении.

Методы и методики исследования

Исследование базируется на таких методах исследования, как сравнительно-исторический, сравнительно-сопоставительный и описательный. Сравнительно-исторический метод оказался востребованным в процессе периодизации деятельности китайских переводчиков и литературоведов по освоению творчества К. Д. Бальмонта.

Теоретическая значимость работы обуславливается введением в научный оборот неизвестных российским научным кругам исследований литературного наследия рассматриваемого автора, изданные в Китае.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут оказаться востребованы при дальнейшем научном осмыслении проблемы рецепции творческого наследия К. Д. Бальмонта в Китае.

Основная часть

История переводов и исследований произведений К. Д. Бальмонта в Китае насчитывает более ста лет. В настоящее время все больше китайских ученых начинают обращать внимание на литературное наследие поэта, известного как «Певец Солнца». Бальмонт, как основоположник теории и практики символизма Серебряного века, написал 35 поэтических сборников и 20 прозаических книг, внес уникальный вклад в развитие поэтического искусства, чем, несомненно, обогатил сокровищницу русской литературы. Его современник и известный литературный критик Валерий Брюсов в статье «Бальмонт» отмечает, что «среди современных поэтов Бальмонт, бесспорно, самый значительный – и по силе стихийного дарования, и по своему влиянию на литературу [\[4, с. 361\]](#).

В целом исследования творчества Бальмонта в Китае можно подразделить на следующие три периода:

- 1) начальный этап восприятия (с 1920-х по 1930-е годы);

2) эпоха застоя (с 1930-х годов до 1978 г.);

3) этап особого внимания (с 1978-го года по настоящее время).

Первым человеком в Китае, обратившим внимание на Бальмонта, является Цюй Цюбай (瞿秋白). Это известный китайский литературовед, писатель и переводчик. В своей книге «История русской литературы» («俄国文学史»), написанной во время его пребывания в России с 1921 по 1922 год, Цюй Цюбай отмечает: «Хотя Бальмонт был активным модернистом, он часто воспевал лишь такое абстрактное, как "безграничное, вечное, высокое", и некогда не упоминал реальную жизнь» [\[9, с. 58\]](#). И здесь Цюй Цюбай уже указывает, что Бальмонт – поэт-пантеист.

В дальнейшем Чжэн Чжэньдо (郑振铎) кратко рассказал о Бальмонте в монографии «Краткая история русской литературы» («俄国文学史略»), опубликованной в 1924 году. Он упоминает изменения в творческом стиле Бальмонта. Исследователь полагает, что Бальмонт является современным декадентом (в период своего начального вхождения в литературный мир), но позже его стиль менялся, что сделало русского автора величайшим поэтом и «королем поэзии» в современной России. Чжэн Чжэньдо при этом упомянул такие наиболее значительные стихотворные сборники Бальмонта, как «Горящие здания», «Будем как солнце», «Только любовь», «Под северным небом» [\[14, с. 133-134\]](#).

Сравнивая мнения Цюй Цюбая и Чжэн Чжэньдо, мы обнаруживаем, что Чжэн Чжэньдо, на основе идеи Цюй Цюбая, сопоставил Бальмонта с другими поэтами-символистами (Зинаида Гippiус, Дмитрий Мережковский, Федор Сологуб, Валерий Брюсов), высоко оценив его творческую манеру и вклад в русскую литературу, а также начал уделять внимание конкретным произведениям поэта. Однако отметим, что ни тот, ни другой из упомянутых исследователей не опубликовали трудов, ориентированных на анализ произведений Бальмонта, а лишь представили его как современного им поэта, имеющего явный литературный талант.

Однако заметим, что это можно рассматривать как первые попытки китайских литературоведов понять и воспринять литературное наследие Бальмонта. В этот период в Китае даже не существовало единого перевода имени Бальмонта, а функционировали разные переводы (巴尔芒德, 巴尔芒). Эти краткие сведения о поэте в исследовательских трудах, посвященных литературному процессу России в целом, не вызвали особого отклика у читателей того времени, поэтому Бальмонт и его творчество не оказали влияния на китайскую литературу того времени.

В период с 1930-х по 1970-е год Китай переживал политические и социальные трудности, такие как Культурная революция, Гражданская война и голод. На данном этапе литература Серебряного века постепенно выходила из поля зрения китайских научных кругов, и исследования Бальмонта также находились в состоянии застоя. Только после того, как в 1978 году в Китае началась реализация «политики реформ и открытости», изучение наследия русского символиста постепенно начали возобновляться.

В 1978 году Юй Вэй (于韦) опубликовал в журнале «Всемирная литература» статью под названием «Советский Союз восстанавливает репутацию поэта-декадента К. Д. Бальмонта», что раскрывала свидетельства о «возрождении» Бальмонта на его родине. Известные китайские литературоведы и переводчики Чэн Хайронг (程海容) и Гу Юньпу (顾蕴璞) перевели статью Бальмонта о теории символизма «Элементарные слова о

символической поэзии». В дальнейшем с 1990-х года по настоящее время в Китае появилось немало стихотворных сборников Бальмонта в переводах, что является базовым исследовательским материалом для изучения творчества рассматриваемого автора.

В 1998 году Ван Цзяньчжао (汪剑钊) опубликовал свой собственный перевод «Избранные стихи русского Серебряного века» (俄罗斯白银时代诗选), в котором переведены 16 стихотворений Бальмонта из самых популярных и значительных стихотворных сборников («Под северным небом» (1894), «Тишина» (1897), «Горящие здания» (1900), «Будем как солнца» (1903), «Только любовь» (1903), «Сонеты солнца, мёда и луны» (1921) [\[6, с. 38-53\]](#). В 2000 году китайский известный переводчик поэзии Гу Юньпу (顾蕴璞) выбрал стихи поэтов Серебряного века и опубликовал перевод под тем же названием «Избранные стихи русского Серебряного века» (俄罗斯白银时代诗选). В отличие от предыдущего перевода, в котором просто перечисляются поэты и их произведения, в этом переводе авторы разделены китайским литературоведом на разные главы в соответствии с литературами школами (символизм, акмеизм, футуризм), и Бальмонт, как один из самых выдающихся представителей символизма, помещен в первую главу с другими поэтами-символистами (Дмитрий Мережковский, Валерий Брюсов, Андрея Белый, Александр Блок, Максимилиан Волошин). Сравнивая два китайских сборника стихотворений, мы приходим к выводу о том, что второй переводчик Гу Юньпу (顾蕴璞), перевел стихотворения («Я мечтою ловил уходящие тени...», «Всё мне грезится Море да Небо глубокое...», «Лебедь») из другого стихотворного сборника Бальмонта «В безбрежности» (1895) [\[7, с. 23-38\]](#).

В 2014 выдающийся переводчик Гу Юй (谷羽) отобрал 150 стихотворений Бальмонта и опубликовал сборник в переводах «Аромат солнца. Избранные стихотворения К. Д. Бальмонта» («太阳的芳香. 巴尔蒙特诗选»). Хотя это небольшая часть творчества Бальмонта, это первый перевод, специально посвященный его поэзии.

В 2021 году вышла в свет другая книга переводной поэзии «Я в этот мир пришел. Избранные стихотворения К. Д. Бальмонта» («我来到这世界. 巴尔蒙特诗选»). Ее автор – знаменитый переводчик Гуань Иньгуан (关引光) – выбрал 254 стихотворений Бальмонта из его ранней поэзии и самых значительных стихотворных сборников «Горящие здания» (1900), «Будем как солнца» (1903), «Только любовь» (1903), «Литургия красоты» (1905). Во всех переводах переводчики неизменно выбирали стихи про солнце («Я в этот мир пришел», «Будем как солнце! Забудем о том...», «Аромат солнца»), что в некоторой степени отражает один из самых важных аспектов исследовательского интереса китайских ученых к произведениям Бальмонта.

Что касается исследований Бальмонта и его творчества, то по состоянию на декабрь 2024 года (с 1978 г.) поисковая система на платформе китайских электронных ресурсов CNKI показала, что существует 51 работа, посвященная Бальмонту, в том числе символике солнца, чертам символизма в творчестве русского символиста, и музыкальности его лирики. На основании существующего материала работы по изучению творчества Бальмонта в Китае представляется возможным разделить на следующие типы:

1) Работы, посвященные жизни и творческому пути автора. Чжан Бин (张冰) в статье «Король поэзии – К. Д. Бальмонт» кратко рассказывает о богатом жизненном опыте Бальмонта и подчеркивает неповторимое очарование его поэзии. В дальнейшем этот литературовед в монографии «Русские литературные течения и школы Серебряного

века» («白银时代文学思潮与流派») отмечает, что Бальмонт является теологом-философом, и его центральная идея – самость [11, с. 92]. И здесь Чжан Бин упоминает влияние современников (в основном, В. Соловьева) на Бальмонта. Ван Цзяньцзянь (汪剑剑) дает подробную характеристику творческого пути Бальмонта, и отмечает, что символ солнца и тема «победы солнца над тьмой» пронизывает всю жизнь поэта [5, с. 35-36]. Другие ученые Гу Юй (谷羽) Чжоу Цичао (周启超), Цзэн Сыи (曾思艺) тоже обращают внимание на Бальмонта, из них Цзэн Сыи (曾思艺) делит стихотворное творчество Бальмонта на три периода и анализирует особенности поэзии каждого этапа. В этих научных работах исследователи сосредотачиваются на биографии и творческой эволюции поэта, что имеет большое практическое значение для дальнейшего анализа особенностей произведений Бальмонта.

2) Исследования, посвященные анализу стиля и особенностей поэзии Бальмонта. Основываясь на содержании существующих работ, следует отметить, что китайские литературоведы обращают особое внимание на музыкальность стихотворений автора, использование символов (в основном, символа солнца), значение мгновения. Прежде всего следует обозначить работы Чжоу Цичао (周启超) («Серебряный век русской литературы» («白银时代俄罗斯文学研究»)) и Цзэн Сыи (曾思艺) (монография «Исследования русской поэзии» («俄罗斯诗歌研究»)), где подчеркивается музыкальность и философия мгновения в творчестве Бальмонта. В дальнейшем образ солнца привлек внимание многих китайских ученых, что детерминировало появление ряда таких работ, как «Певец солнца: стихотворный стиль К. Бальмонт» («太阳的歌手——巴尔蒙特诗作风格管窥») Чжан Кэцзиня (张克勤), «Солнечный свет – анализ символа солнца в стихотворениях К. Д. Бальмонта» («太阳的光辉——康·德·巴尔蒙特诗歌中的太阳意象研究») Лю Сиена (刘思恩), «Образ солнца в стихах русских поэтов-символистов Серебряного века» («俄罗斯白银时代诗人诗歌中的太阳意象») Му Ажен (牧阿珍).

3) Работы, в основном посвященные теории и концепции символизма Бальмонта. Чжэн Тиу (郑体武) в статье «Взгляд русских старших символистов на символизм» (老一辈俄国象征派的象征观) отмечает, что Бальмонт воспринял символизм в эстетическом плане, и поэт делает акцент на фиксации впечатлений и красоты мгновения [19, с. 30]. Он полагает, что по мысли Бальмонта, поэт прежде всего является творцом чисто художественных ценностей. Чжан Или (张一黎) в своей магистерской диссертации «Исследование символизма в поэзии К. Д. Бальмонта» («巴尔蒙特诗歌的象征主义研究») исследовал символизм поэта в таких трех аспектах, как факторы формирования символизма, духовный смысл символизма и художественные особенности символизма, раскрыл своеобразие символизма Бальмонта и исследовал внутренний духовный смысл основных образов. В диссертации «О символизме в поэзии Константина Бальмонта» («论康斯坦丁·巴尔蒙特诗歌中的象征主义») Чжао Е (赵晔) тщательно объяснила и обобщила такие особенности символизма в поэзии Бальмонта, как лиризм, музыкальность, религиозность, и подчеркнула значимость изучения поэзии Бальмонта для углубленного понимания общих закономерностей развития поэзии символистов Серебряного века. Чжу Сонгмэй (祝松梅) тоже глубоко проанализировала музыкальные, цветовые, мистические и религиозные особенности символизма в поэзии Бальмонта. Глубина разработки темы в указанных работах позволяют утверждать, что в настоящее время многие китайские ученые проявляют особый интерес к особенностям экспликации типичных черт русского символизма в творчестве Бальмонта.

Результаты исследования

Бальмонт привлекает китайских исследователей по следующим основным причинам.

Во-первых, после реализации «политики реформ и открытости» в 1978 году китайские ученые стали уделять больше внимания русской литературе. Литературоведов Китая интересует современная интерпретация русской классической литературы, систематические исследования истории русской литературы, а также основные литературные явления и направления. Символизм, как важнейшее явление в русской модернистской литературе, в центре внимания литературоведов. Китайские ученые полагают, что символизм – это символ движения русской литературы к современности (Чжэн Тиу, Лян Цзундай). Бальмонт, как выдающийся представитель старших символистов, не случайно вошел в поле зрения китайских исследователей. Кроме того, Бальмонт всегда воспевал такие непреходящие ценности, как любовь и жизнь даже в трудные годы, и его поэзия пронизана романтичностью, духовностью и красотой, что, в том числе, имело определенное значение в решении современных проблем того времени.

Во-вторых, особое внимание китайских исследователей к поэзии рассматриваемого автора обуславливает факт заинтересованности самого Бальмонта в китайской культуре и близость мировоззрения поэта к эстетике китайской философии даосизма. В 1995 году Сюй Цзяронг (徐家荣) и Людмила Сорокина в статье «Китайские мотивы в русской поэзии» («中国主题在俄罗斯诗歌中的体现») анализируют китайские мотивы в «Великом Ничто» Бальмонта и утверждают, что китайский даосизм в значительной степени повлиял на его мировоззрение и художественное творчество. Гу Юй тоже упоминает интерес Бальмонта к даосизму и философии Лао-Цзы и Чжуан-Цзы. Помимо этого, сам Бальмонт переводил стихи китайских поэтов и даосский шедевр «Дао Дэ Цзин» («Книга пути и достоинства»). По мнению Гу Юй, Бальмонт внес уникальный вклад в культурные обмены между Китаем и Россией.

В-третьих, постоянно обновляемые переводы произведений Бальмонта предоставляют китайским читателям условия для глубинного восприятия его поэзии, понимания концепции творчества и мировоззрения.

Однако считаем необходимым упомянуть, что, хотя китайские научные круги высоко ценили литературную ценность Бальмонта и получили немало результатов, существуют некоторые недостатки и ограничения в процессе освоения наследия русского символиста в Китае. Нельзя не признать, что до сих пор в стране не существует переводов прозы автора. Соответственно, китайское литературоведение не располагает работами, раскрывающими прозаическое наследие Бальмонта. Очевидно, в настоящее время в Китае изучение поэзии Бальмонта еще занимает преимущественное место, но в этой сфере остается значительный пробел: например, многие стихотворные сборники еще не переведены. Переводы произведений К. Д. Бальмонта в основном сосредоточены на таких наиболее значительных стихотворных сборниках поэта, как «Тишина», «Горящие здания», «Будем как солнца», «Только любовь», «Под северным небом». Анализ и исследование произведений также ограничивается исключительно этими поэтическими сборниками. Лирические, символические и музыкальные начала в творчестве Бальмонта находятся в центре внимания китайских литературоведов.

Выводы

На основе текущего состояния исследований мы приходим к выводу, что перспективы дальнейшего освоения литературного наследия рассматриваемого автора видятся в более детальном и углубленном изучении творчества Бальмонта и рецепции его произведений в китайском литературоведении, в частности, в накоплении исследовательского опыта в анализе религиозных и философских идей автора,

воплощенных в творчестве русского символиста.

Библиография

1. Бальмонт, К. Д. Элементарные слова о символической поэзии // Русская литература. Пер. Чэн Хайронги, Гу Юньпу. 1998. (康斯坦丁·巴尔蒙特. 象征主义诗歌简述//俄罗斯文艺. 程海容、顾蕴璞译. 1998)
2. Бальмонт, К. Д. Я в этот мир пришел: избранные стихотворения К. Д. Бальмонта. Пер. Гуань Иньгуан. Издательство литературы и искусства провинции Шаньдун, 2021. (康斯坦丁·巴尔蒙特. 我来到这世界:巴尔蒙特诗选. 关引光译. 山东文艺出版社, 2021.)
3. Бальмонт, К. Д. Аромат солнца: избранные стихи К.Д. Бальмонта. Пер. Гу Юй. Издательство Гуансийского педагогического университета, 2014. (康斯坦丁·巴尔蒙特. 太阳的芳香:巴尔蒙特诗选. 谷羽译. 广西师范大学出版社, 2014)
4. Брюсов, В. Я. Бальмонт (Бальмонт К. Д. Будем как солнце. Книга символов. М. 1903) // Мир искусства. 1903. № 7–8. С. 29–36.
5. Ван Цзяньцзянь. Паганини в мире поэзии — Краткое сведение о русском поэте-символисте К. Бальмонте // Исследования зарубежной литературы. 1994. № 2. С. 34–39. (汪剑剑.“诗坛上的帕格尼尼”——俄国象征派诗人巴尔蒙特简论. 外国文学研究,1994.)
6. Ван Цзяньчжао. Избранные стихи русского Серебряного века (в переводах). Народное издательство Юньнани, 1998. (汪剑钊. 俄罗斯白银时代诗选. 云南人民出版社. 1998)
7. Гу Юньпу. Избранные стихотворения русского Серебряного века / под ред. Гу. Юньпу. Гуанчжоу, 2000. 584 с. (顾蕴璞主编:《俄罗斯白银时代诗选》, 花城出版社. 2000)
8. Лю Сиен. Солнечный свет – анализ символа солнца в стихотворениях К. Д. Бальмонта, Магистерская диссертация, Чжэцзянский университет. 2021. (刘思恩. 太阳的光辉——康·德·巴尔蒙特诗歌中的太阳意象研究. 浙江大学硕士论文. 2021.)
9. Цуй Цюбаи. История русской литературы. Шанхай: Издательство Фуданьского университета, 2004. С. 79. (瞿秋白. 俄国文学史及其它. 上海:复旦大学出版社, 2004.)
10. Цзэн Сыи. Исследование русской поэзии. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2018. 384 с. (曾思艺. 俄罗斯诗歌研究. 北京:北京大学出版社, 2018.)
11. Чжан Бин. Русские литературные течения и школы Серебряного века. Пекин: Издательство «Народная литература», 2006. 344 с. (张冰. 白银时代文学思潮与流派. 北京:人民文学出版社, 2006.)
12. Чжан Цзе. История русской и советской литературной критики XX века. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2017. 39 с. (张杰. 20世纪俄苏文学批评理论史. 北京:北京大学出版社, 2017.)
13. Чжоу Цичао. Исследование русской литературы серебряного века. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2003. 167 с. (周启超. 白银时代俄罗斯文学研究. 北京:北京大学出版社, 2003.)
14. Чжэн Чжэндуо. Краткая история русской литературы. Хунань: Издательство Юэлу, 2010. (郑振铎. 俄国文学史略. 湖南:岳麓书社, 2010.)
15. Чжао Е. О символизме в поэзии Константина Бальмонта, Магистерская диссертация, Цзилиньский университет. 2011. (赵晔. 论康斯坦丁·巴尔蒙特诗歌中的象征主义. 吉林大学硕士论文. 2011.)
16. Чжан Или. Исследования символизма в поэзии К. Д. Бальмонта, Магистерская диссертация, Педагогический университет Внутренней Монголии, 2019. (张一黎. 巴尔蒙特诗歌的象征主义研究. 内蒙古师范大学硕士论文. 2019.)
17. Чжу Сонгмэй. Поэзия русского символизма. Магистерская диссертация, Сианьский университет иностранных языков, 2013. (祝松梅. 论俄国象征主义诗歌. 西安外国语大学硕士论文. 2013.)
18. Чжэн Тиу. Поэзия русского символизма: Автореф. Дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2007.

19. Чжэн Тиу. Взгляд русских старших символистов на символизм // Русская литература. 2008. № 4. С. 28–33. (郑体武. 老一辈俄国象征派的“象征”观. 俄罗斯文艺, 2008)
20. Чжан Кэцин. Певец солнца: стихотворный стиль К. Бальмонт // Язык и литература. 2005. № 2. С. 43–45. (张克勤. 太阳的歌手——巴尔蒙特诗作风格管窥. 语文学刊, 2005.)
21. Юй Вэй. Советский Союз восстанавливает репутацию поэта-декадента К. Д. Бальмонта // Всемирная литература. 1978. № 2. С. 316–317. (于韦. 苏联为颓废派诗人巴尔蒙特恢复名誉. 世界文学, 1978.)

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в рецензируемом материале являются особенности рецепции творчества К. Д. Бальмонта в китайском литературоведении. Актуальность работы обусловлена особым интересом китайских ученых к литературному наследию Константина Бальмонта, одного из известнейших поэтов-символистов Серебряного века русской поэзии: «переводческая деятельность и исследование литературного творчества рассматриваемого автора является для китайской литературоведческой школы одной из приоритетных задач, поскольку поэт-символист духовно оказывается близок к культуре Китая, а его символика и используемые в поэзии образы соотносятся с идеями китайской философии даосизма». Однако, как отмечают автор(ы), «на сегодняшний день проблема рецепции творчества К. Д. Бальмонта в Китае не становилось предметом специального научного анализа. Наука не разработала периодизации деятельности переводчиков и исследователей Китая по освоению творческого наследия русского поэта-символиста».

Теоретической базой работы послужили в основном труды китайских исследователей, посвященные изучению истории русской литературы, поэзии Серебряного века, символизму в поэзии, творчеству К. Д. Бальмонта (Чжэн Чжэньдо, Цюй Цюбай, Юй Вэй, Чжоу Цичао, Цзэн Сыи, Цзэн Сыи, Чжан Или и др.). Библиография насчитывает 21 источник, что представляется достаточным для обобщения и анализа теоретического аспекта изучаемой проблематики. Библиография соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями. К сожалению, автор(ы) практически не апеллируют к научным трудам, изданным в последние 3 года. Конечно, это замечание не умаляет значимости представленной на рассмотрение рукописи, однако в данном случае достаточно сложно судить о реальной степени изученности данной проблемы в современном научном сообществе.

Методология исследования определена поставленной целью и задачами («представить периодизацию деятельности китайских переводчиков и литературоведов по освоению поэзии К. Д. Бальмонта и кратко описать фундаментальные труды, посвященные обозначенной теме; оформить типологизацию существующих работ по творчеству поэта в Китае; выявить основные проблемы и ограничения в процессе освоения творчества рассматриваемого автора в китайском литературоведении) и носит комплексный характер: применяются общенаучные методы анализа и синтеза, описательный и сравнительно-исторический методы, сравнительно-сопоставительный метод и интерпретативный анализ материала.

Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) решить обозначенные задачи и прийти к выводу о том, что Бальмонт привлекает китайских ученых по ряду причин («после реализации «политики реформ и

открытости» в 1978 году китайские ученые стали уделять больше внимания русской литературе», «особое внимание китайских исследователей к поэзии рассматриваемого автора обуславливает факт заинтересованности самого Бальмонта в китайской культуре и близость мировоззрения поэта к эстетике китайской философии даосизма», «постоянно обновляемые переводы произведений Бальмонта предоставляют китайским читателям условия для глубинного восприятия его поэзии, понимания концепции творчества и мировоззрения»). Обозначены перспективы дальнейшего исследования освоения литературного наследия рассматриваемого автора, которые заключаются в более детальном и углубленном изучении творчества Бальмонта и рецепции его произведений в китайском литературоведении, в частности, в накоплении исследовательского опыта в анализе религиозных и философских идей автора, воплощенных в творчестве русского символиста.

Результаты, полученные в ходе работы, имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят вклад в изучение произведений Константина Бальмонта, вводят в научный оборот исследования литературного творчества Бальмонта в Китае, а также могут оказаться востребованы при дальнейшем научном осмыслении проблемы рецепции наследия К. Д. Бальмонта в Китае.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. В целом, стиль изложения материала соответствует требованиям научного описания.

Обращаем внимание на технический недочет в предложении «Константин Бальмонт – один из известнейших поэтов-символистов Серебряного века русского литературного процесса».

Статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».

Litera

Правильная ссылка на статью:

Цао Ц., Тепляшина А.Н., Мельник Г.С., Лукин С.С. Формирование современного медиаландшафта Арабской Республики Египет // Litera. 2025. № 1. С.236-248. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.1.73023 EDN: WVMBCZ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73023

Формирование современного медиаландшафта Арабской Республики Египет

Цао Цзыцин

магистр; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

✉ caoziqing01@gmail.com



Тепляшина Алла Николаевна

доктор филологических наук

профессор; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

✉ NikonovS@mail.ru



Мельник Галина Сергеевна

ORCID: 0000-0002-1712-6836

доктор политических наук

профессор; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

✉ s.nikonov@spbu.ru



Лукин Станислав Сергеевич

кандидат политических наук

доцент; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

✉ NikonovS@mail.ru



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.1.73023

EDN:

WVMBCZ

Дата направления статьи в редакцию:

14-01-2025

Дата публикации:

27-01-2025

Аннотация: Статья посвящена исследованию особенностей и проблем работы СМИ на глобальном юге на примере Египта. Актуальность исследования заключается в сложности функционирования египетских СМИ, подверженных влиянию разнообразных факторов, включая юридические, социальные и политические. Египет, как ключевой медиа-игрок в арабском мире, представляет собой уникальный случай для изучения. Цель исследования – определить специфику функционирования СМИ в Египте, учитывая его богатую медийную историю и влияние на регион. Проблема исследования заключается в многоаспектном характере деятельности СМИ в странах глобального юга, где сталкиваются различные факторы, влияющие на их функционирование и роль в обществе. Египет, обладая богатой историей медиа и влиянием на арабский мир, демонстрирует ряд уникальных особенностей и проблем, влияющих на функционирование СМИ. Методология исследования включает в себя анализ научной литературы и нормативно-правовой базы функционирования СМИ. Данный подход позволяет всесторонне изучить предмет исследования, опираясь на теоретические и практические аспекты. Основной вывод статьи заключается в том, что системы средств массовой информации (СМИ) на глобальном Юге, и, в частности, в таких странах, как Египет, сталкиваются с особыми вызовами и нуждаются в адаптации к местным условиям. Эти проблемы часто коренятся в исторических, политических, социальных и экономических контекстах, что накладывает отпечаток на способ функционирования медиа. Отмечается, что в ответ на беспрецедентные вызовы правительство страны внедряет ряд мер по контролю за медиаресурсами, Контроль за медиаресурсами в Египте представляет собой важный инструмент в борьбе с угрозами национальной безопасности. Важно находить баланс между обеспечением безопасности и защитой прав человека, что остается актуальной задачей для египетского общества и государства.

Ключевые слова:

С М И , глобальный юг, Египет, национальная безопасность, Радио, телевидение, современные технологии, соцсети, Регулирование СМИ, Информационный контроль

Цель исследования – показать тенденции и особенности функционирования СМИ в Арабской Республике Египет (далее Египет). Проблема исследования заключается в сложности и многоаспектности деятельности средств массовой информации, обусловленной взаимодействием юридических, социальных и политических факторов. Египет, обладая богатой историей медиа и влиянием на арабский мир, демонстрирует ряд уникальных особенностей и проблем, влияющих на состояние и развитие СМИ. Как отмечает Н. А. Успенская, «духовность египетской нации основана на мусульманской

традиции. Говоря о национальном своеобразии, не стоит забывать, что менталитет народа меняется в зависимости от социально-экономических, политических и других условий» [\[1, с. 693\]](#).

Национальная идентичность Египта никогда не сливалась в недифференцированный арабизм, так как страна сформирована своей географией, историей, диалектом и обычаями [\[2; 3\]](#).

История египетской прессы имеет более чем двухсотлетнюю историю и зародилась во времена Османской империи. Первая газета «Le Courier de L'Egypt» («Египетский курьер») вышла сразу после начала египетской кампании в августе 1798 г., а вскоре появился ежеквартальный журнал «La Decade Egyptienne» («Египетская декада»). В настоящее время Египет имеет развитую систему СМИ, богатые информационные ресурсы и потенциал: в стране издается более 500 газет, функционирует более 42 национальных радиокompаний и 98 телевизионных станций. Страна активна в применении Интернет-технологий и заинтересована в расширении сетевой аудитории. В глобальном обзорном отчете фиксируется: количество пользователей социальных сетей в Египте на начало 2023 г. эквивалентно 41,4 процента от общей численности населения» [\[4\]](#).

Предметом данного исследования являются особенности формирования системы СМИ Арабской Республики Египет, ее динамика.

Новизна заключается в том, что в научный оборот вводятся новые эмпирические данные, а также создаются контекстные знания об арабском регионе в целом, и Египте в частности. Статья восполняет пробел в научной литературе по анализу факторов, влияющих на состояние и развитие медиа арабских стран.

К изучению СМИ Арабской Республики Египет обращались в разное время Ци Цзи [\[5\]](#), специализирующийся в области исследования медиа, Мостафа Эссам Шаат [\[6\]](#), рассматривающий юридические аспекты темы, Салма Хамис [\[7\]](#), обращающаяся к изменениям в медиаландшафте Египта.

Научный интерес представляет статья Б. И. Хамада, посвященная истории и политике Египта, развитию прессы времен завоевания страны Наполеоном, нового королевства в Египте, существования конституционной монархии и борьбы прессы трех политических сил – короля, партии Вафд и британской оккупации. В центре внимания – период зарождения политических традиций в освещении событий, когда пресса была сосредоточена на двух важных национальных вопросах – независимости и Конституции. Подробно освещается работа медиа в период правления Мухаммада Али (1805-1848 гг.), когда в Египте произошли перемены более динамичные, чем в других частях Османской империи [\[8\]](#).

В разных источниках затрагиваются такие динамичные периоды развития египетских СМИ, как правление Мубарака (1981-2011), который дал послабление «независимой» прессе, работающей с частным капиталом. Однако медиаэкспертами это названо ошибкой, поскольку в условиях экономического кризиса и коррупционной элиты у общества не оказалось общей идеологической базы, что послужило впоследствии свержению режима [\[9\]](#).

Среди зарубежных источников стоит выделить работы Раша Аллам, последовательно отражающие все исторические и современные аспекты развития СМИ Египта. Так, статья

«*The Egyptian Media Governance Framework: Gains and....*» посвящена анализу изменений в медиаиндустрии Египта, практике функционирования регулирующих органов и применению законов о СМИ. Автор утверждает: «само по себе издание законов не обеспечивает полностью независимость СМИ, поскольку важны практика и способ их реализации... в странах с переходной экономикой, таких как Египет, существует разрыв между духом новых законов, вдохновленных западными моделями, и их применением, которое все еще контролируется старыми авторитарными импульсами» [\[10\]](#).

Автор критически оценивает импорт моделей и степень, в которой действующая «система управления обеспечивает независимость СМИ с учётом меняющегося медиаландшафта и политико-экономической среды». В статье «От дряблости до подтянутости» речь идет о реструктуризации системы общественного вещания в Египте [\[11\]](#).

Автор размышляет о том, как в арабском регионе неожиданные политические изменения повлияли на медиасферу; политическое и коммерческое давление, оказываемое на СМИ, подорвало их авторитет и привело к кризису доверия [\[12\]](#).

В этом же ключе исследуется проблема свободы и ограничений в деятельности СМИ арабского региона в целом, и в Египте в частности. В статье Раша Аллами Эл Холлифилдна основе экспертных интервью изучается, как организационные факторы влияют на внедрение инструментов аналитики в процесс принятия редакционных решений. Авторы приходят к выводу: профессиональные журналистские суждения уступают предпочтениям аудитории, а менеджеры новостных организаций, работающие с цифровыми технологиями, оказались наиболее открытыми для использования мнений аудитории [\[13\]](#).

Методологическое значение для данного исследования имеют научные работы И.В. Водянова, посвященные истории становления медиа Арабской Республики Египет (АРЕ) и акцентирующие внимание на изменения государственной политики в области СМИ после революционных событий 2011 г. и 2013 г. [\[14\]](#).

Научный интерес представляют работы, анализирующие правовые аспекты регулирования египетских медиа. В статье исследователя А.И. Капаевой обращается внимание на то, что в Египте провозглашены свобода слова (ст. 47) и свобода СМИ (ст. 48), гарантированные конституцией Египта. Вместе с тем, законы позволяют блокировать блоги людей, которые распространяют ложные сообщения через свои аккаунты в социальных сетях, допустимы судебные преследования [\[15\]](#). Известен факт блокировки в 2017 г. 62 веб-сайта, включая Daily Sabah, Medium, Al Jazeera, The Huffington Post и Mada Masr, а также оппозиционные веб-сайты, такие как El-Badil.

Египет, расположенный в северо-восточной части Африки, занимает стратегически важное положение в Северо-Восточной Африке и арабском мире, характеризуется уникальными геополитическими, демографическими и политическими условиями. Являясь одним из самых густонаселенных государств африканского континента, Египет насчитывает приблизительно 117 миллионов жителей. Демографическая структура характеризуется высокой долей молодого населения: 85,7% граждан находятся в возрасте от 0 до 49 лет [\[16\]](#). В 2020 г. уровень урбанизации в Египте достиг 43%, с ежегодным приростом около 2% [\[17\]](#).

В последние годы Египет сталкивается с различными вызовами в области национальной безопасности, включая террористические угрозы, политическую нестабильность и

влияние иностранных мышлений, которые могут подрывать общественный порядок и социальное единство. В ответ на эти вызовы правительство страны внедряет ряд мер по контролю за медиаресурсами. Эти меры не только направлены на защиту национальной безопасности, но и на создание более контролируемого информационного пространства.

В Египте работа СМИ регламентируется различными законами и постановлениями. Одним из ключевых актов является Закон о печати и СМИ, который ввели в действие в 2018 году. Данный закон сменил действующий закон о прессе 1995 года [\[18, с. 60\]](#). В соответствии с этим законом, СМИ имеют право на свободу слова, но с рядом оговорок, которые касаются защиты национальных интересов, безопасности и общественного порядка. Эти ограничения вызывают опасения среди журналистов и правозащитников, которые утверждают, что они используются для подавления критики власти и свободы выражения мнений. По утверждению Е. А. Кутуковой, «тюремные заключения журналистов в Египте происходят постоянно и иногда без веской на то причины. Начиная с 2011 г., количество осужденных журналистов в стране пугающе возросло, причем под суд попадают не только египетские, но иностранные работники СМИ» [\[18, с.59-61\]](#).

Конституция Египта, принятая в 2014 году, стала основой для регулирования СМИ. Глава 2 Конституции «Права и свободы» гарантирует свободу создания средств массовой информации и защищает право на свободу выражения мнений. В то же время, Конституция устанавливает, что эти свободы могут регулироваться в интересах национальной безопасности и общественного порядка.

Закон о борьбе с терроризмом (2015) также имеет существенное значение в контексте регулирования СМИ, так как он вводит уголовную ответственность за распространение информации, которая может быть воспринята как поддержка терроризма [\[14, с. 131\]](#). В Египте деятельность СМИ контролируется несколькими органами. Среди – них:

- Национальный совет по регулированию СМИ: он отвечает за регулирование аудиовизуальных средств массовой информации и контроль за лицензированием телеканалов и радиостанций.
- Министерство информации: этот орган играет важную роль в формировании государственной информационной политики и контроле за выполнением закона о СМИ.

Одной из основных причин монополизации СМИ в Египте является сильное влияние государства на средства массовой информации. Правительство контролирует многие ключевые телеканалы и печатные издания. Политические партии и группы стремятся контролировать медийные ресурсы для продвижения своих интересов [\[19, с. 41\]](#).

С 2011 года, после событий, которые отстранили от руководства президента Хосни Мубарака, Египет стал свидетелем резкого роста цифровых медиа. Классические СМИ, такие как газеты и телевидение, начали терять свою аудиторию, так как все больше людей обращались к интернет-ресурсам. По данным исследования, проведенного в 2022 г., около 50% египтян получают новости через социальные сети, такие как Facebook (Facebook в России признана экстремистской и запрещена) [\[20\]](#). Социальные медиа в Египте стали платформой для гражданской журналистики, позволяя обычным людям публиковать новости и делиться событиями в реальном времени. Пользователи социальных сетей без труда распространяют информацию о протестах, социальных движениях и других событиях. Примеры использования социальных сетей в протестах 2011 г. демонстрируют, как быстро информация может распространяться и имobilизировать население.

Сегодня в Египте существует множество СМИ, включая телевизионные каналы, радиостанции, газеты и онлайн-ресурсы.

Основные особенности структуры СМИ в Египте [\[21\]](#):

1. Телевидение: Египетские телесети, такие как ERTU (Египетское радио и телевидение) и частные каналы, являются ведущими источниками информации. Телевидение остается основным источником новостей для широкой аудитории. Однако многие каналы находятся под контролем государства [\[22, с. 88\]](#).

Телевидение остаётся одним из основных источников информации для большинства египтян. Среди самых популярных телеканалов можно выделить:

– Al Jazeera: хотя этот канал базируется в Катаре, он очень популярен в Египте и известен своими аналитическими программами и независимым освещением событий. Al Jazeera Arabic охватывает как местные, так и международные новости и часто подвергается критике со стороны египетских властей за свою избирательность.

– Al Mehwar: один из наиболее популярных частных телеканалов, который предлагает разнообразный контент, включая новости, ток-шоу и развлекательные передачи. Al Mehwar часто фокусируется на местных событиях и проблемах.

– DMC: этот телеканал представляет собой платформу для новостей, развлечений и ток-шоу, а также активно участвует в дискуссиях по важным социальным вопросам, что делает его популярным среди молодого поколения.

2. Печатные СМИ: несмотря на спад печатной прессы во всем мире, в Египте продолжает выходить множество газет и журналов. Наиболее известные из них – Al-Ahram, Al-Akhbar и Al-Masry Al-Youm. Почти вся пресса печатается на одной из семи государственных типографий. Независимых газет в стране очень мало, так как получить разрешение на функционирование СМИ трудно и предполагает большие затраты. Как и во многих демократиях, печатные издания часто подвергались и подвергаются скрытой цензуре, особенно если они критикуют правительство [\[18, с. 60-61\]](#).

Несмотря на развитие цифровых платформ, печатные СМИ по-прежнему играют значимую роль. Некоторые из наиболее известных газет включают:

– Al-Ahram: одна из старейших и наиболее известных газет в Египте, основанная в 1875 г. Al-Ahram охватывает широкий спектр тем: от политики до экономики и культуры.

– Al-Shorouk: эта газета поступает на рынок позже, но быстро завоевала популярность благодаря независимому освещению новостей и анализу актуальных событий.

– Youm7: это ежедневная газета, которая привлекает внимание читателей за счёт актуальных новостей и заметок на различные темы, от спорта до политических комментариев.

3. Интернет и социальные сети: С глубоким проникновением Интернета (в том числе, мобильного Интернета) в жизнь общества число пользователей социальных сетей в Египет постоянно растет. В период пандемии Covid-19, начатой в 2020 г., многие стали использовать социальные сети для получения информации и самовыражения. В тот момент социальные сети были единственным или одним из немногих способов связи с внешним миром, что увеличило количество их пользователей, а также интенсивность использования. К июлю 2022 г. насчитывалось

54,7 миллиона пользователей Интернета, что составляло 51% населения. Facebook (Facebook в России признана экстремистской и запрещена), YouTube и WhatsApp и Twitter — самые популярные платформы в стране [\[17\]](#).

Платформы, такие как Facebook (Facebook в России признана экстремистской и запрещена) и Twitter, использовались для обсуждения политических и социальных вопросов, хотя правительство иногда ограничивает доступ к этим ресурсам.

4. Радио: Радио остаётся важным информационным источником в Египте, особенно в отдалённых районах, где доступ к интернету может быть ограничен. Некоторые из популярных радиостанций:

– Radio Egypt: Государственная радиостанция, предлагающая новости и программы, связанные с культурой, музыкой и обществом.

– Nagham FM: Частная радиостанция, которая пользуется спросом благодаря своей развлекательной программе и музыкальным трансляциям.

Преимущества работы СМИ в Египте:

1. Богатое разнообразие контента: египетская медиасфера предлагает широкий спектр информации – от новостных программ и аналитических передач до художественных фильмов и развлекательных шоу. Это разнообразие позволяет удовлетворить интересы разных слоев населения и способствует культурному обмену.

2. Историческая значимость: египетские СМИ имеют долгую и интересную историю, начиная с первой печатной газеты в арабском мире — «Аль-Вакаи аль-Мисрийя» в 1828 г. Это наследие способствует формированию уникального медиаландшафта, в котором традиции сочетаются с современными форматами [\[23\]](#).

3. Проникновение технологий: развитие интернета и социальных медиа открыло новые горизонты для египетских СМИ. Онлайн-платформы расширили аудиторию и позволяют журналистам осуществлять независимое освещение событий. Социальные сети также дают возможность гражданам участвовать в процессе распространения информации и комментирования новостей.

4. Активное участие в общественных процессах: египетские СМИ играют важную роль в активизации гражданского общества. Они привлекают внимание к социальным и политическим вопросам, содействуют диалогу между различными группами и способствуют осведомленности населения.

Созданный в 2016 г., Высший совет по регулированию СМИ (HSRSC) стал ключевым органом государственной власти, отвечающим за контроль и регулирование всех видов средств массовой информации в Египте, включая телевидение, радио, печать и цифровые платформы. Именно этот орган, неофициально считается органом цензуры. Основной задачей совета является обеспечение соблюдения законов о СМИ, защиту национальных интересов и поддержку свободы слова в рамках действующего законодательства. HSRSC также активно участвует в формировании медийной политики и стратегий, направленных на развитие СМИ. Это включает в себя:

1. Лицензирование и контроль: Совет контролирует процесс выдачи лицензий для различных медиаорганизаций и следит за соблюдением стандартов качества и этических норм.

2. Регулирование контента: HSRSC занимается мониторингом контента, который публикуется или транслируется в стране, и имеет полномочия вмешиваться в случае нарушения законодательства, включая распространение ложной информации или нарушения прав личности.

3. Поддержка журналистов: Совет инициирует программы поддержки и защиты прав журналистов, что особенно актуально в условиях растущего давления на свободные СМИ [24].

Национальный комитет печати и Национальный комитет по делам СМИ также играют важную роль в регулировании медиа в Египте. Национальный комитет печати сосредоточен на регулировании печатных СМИ, включая газеты и журналы. Он отвечает за регистрацию печатных изданий, а также за мониторинг их деятельности с целью соблюдения законодательства и этических норм. Национальный комитет по делам СМИ охватывает более широкий спектр вопросов, связанных с аудиовизуальными медиа. Он наделен полномочиями по регулированию радиовещания и телевидения, а также цифровых платформ. Оба комитета работают в тесном сотрудничестве с Высшим советом по регулированию СМИ, обеспечивая комплексный подход к регулированию и контролю над информационным пространством.

В условиях роста влияния социальных сетей, правительство Египта стало активнее контролировать интернет-контент. Чрезвычайные меры включают блокировку сайтов, которые содержат информацию, считающуюся угрожающей национальной безопасности. Установление «черных списков» сайтов и систем мониторинга позволяет правительству быстро реагировать на любую информацию, которая, по его мнению, может вызвать общественный резонанс или наряду с этим способствовать дестабилизации.

В ответ на угрозы дезинформации и пропаганды правительство Египта усиливает программы государственного информирования. Обеспечение граждан актуальной и проверенной информацией способствует формированию устойчивого мнения и противодействию дезинформации. Программы направлены на повышение медийной грамотности населения, что важно для формирования критичного мышления среди граждан [1, с. 693-697].

Таким образом, система средств массовой информации (СМИ) на глобальном юге, и, в частности, в таких странах, как Египет, сталкивается с особыми вызовами и адаптацией к местным условиям. Эти проблемы часто коренятся в исторических, политических, социальных и экономических контекстах, что накладывает отпечаток на способ функционирования медиа. Меры по контролю за медиаресурсами в Египте представляют собой важный инструмент в борьбе с угрозами национальной безопасности. Важно находить баланс между обеспечением безопасности и защитой прав человека, что остается актуальной задачей для египетского общества и государства.

Библиография

1. Успенская Н. А. Отражение национального своеобразия в произведениях египетских писателей-реалистов середины XX века // Вестник Санкт-Петербургского университета. Востоковедение и африканистика. 2022. Т. 14. Вып. 4. С. 692-703.
<https://doi.org/10.21638/spbu13.2022.408>
2. Внешняя политика Египта // [Электронный ресурс] URL: <http://countrystudies.us/egypt/123.htm> (дата обращения: 27.11.2024).
3. Си Сидарус, Абануб Махер Фахми Салиб. Внешняя политика Египта в период

- правления Хосни Мубарака / Абануб Махер Фахми Салиб Сидарус, Блерица Мэстан Махмутай. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2019. № 33 (271). С. 57-61. URL: <https://moluch.ru/archive/271/62019/> (дата обращения: 24.01.2025).
4. Digital 2023: Египет – DataReportal – Global Digital Insights
5. Ци Цзи. Исследование арабских основных СМИ // Пекин: Издательство «Всемирные знания». 2024. 432 с.
6. Мостафа Эссам Шаат. Закон о СМИ в Египте и универсальные принципы свободы выражения мнения // Арабские СМИ и общество. 2015. Вып. 21. С. 1-11.
7. Салма Хамис. Трансформирующий египетский медиа-ландшафт: изменения, проблемы и сравнительные перспективы // Международный журнал коммуникаций. 2011. Том 5. С. 1159-117.
8. Хамада, Б. И. Исторический и политический анализ средств массовой информации в Египте // Египетский журнал исследований коммуникации. 2022. том 9, № 2, С. 1-31.
9. Хашим А. Египетские военные, часть вторая: от Мубарака вперед // Политика на Ближнем Востоке. 2001. том XVIII, С. 106-128.
10. Rasha Allam. The Egyptian Media Governance Framework: Gains and Limitations. *Media Governance*. December 2022. DOI: 10.1007/978-3-031-05020-6_8
11. Раша Аллам. Египетская структура управления СМИ: достижения и ограничения // Управление СМИ. 2022. DOI: 10.1007/978-3-031-05020-6_8
12. Раша Аллам. Конструктивная журналистика в арабских переходных демократиях: восприятие, отношение и эффективность // Практика журналистики. 2019. 13(1):1-21.
13. Раша Аллам, Энн Холлифилд. Факторы, влияющие на использование журналистской аналитики как инструмента управления в египетских новостных организациях // Практика журналистики. 2023. 17(11):1-23. DOI: 10.1080/17512786.2021.1927803.
14. Водянов И. Н. Особенности медиадискурса Египта // Коммуникология. 2022. Том 10. № 1. С. 129-137. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-1-129-137.
15. Капаева А. И. Правовое регулирование медиа в Египте во время президентства Абдель Фаттах Ас-Сиси // Вестник науки и образования. 2024. №1 (144). URL: <https://scientificjournal.ru/images/PDF/2024/144/pravovoe-regulirovanie.pdf>.
16. Statista. Общая численность населения Египта по состоянию на 2023 год, по возрастным группам // 2023. [Электронный ресурс] URL: <https://www.statista.com/statistics/1230371/total-population-of-egypt-by-age-group/> (дата обращения: 26.11.2024).
17. Statista. Распределение городского населения Египта по провинциям на 2022 год // 2022. [Electronic resource] URL: <https://www.statista.com/statistics/1229861/urban-population-of-egypt-by-governorate/> (date of access: 26.11.2024).
18. Кутукова Е. А. Информационная политика Арабской Республики Египет // Век Информации. 2018. 2(3(4)). С. 59-61. URL: <https://ojs.age-info.com/index.php/ai/article/view/4>. <https://doi.org/10.21638/spbu13.2022.408>
19. Шишкина А. Р., Исаев Л. М. Интернет-цензура в арабских странах // Азия и Африка сегодня. 2015. № 2. С. 40-45.
20. Пользователи социальных сетей в Египте НА КОНЕЦ 2022 ГОДА // 2022. [Электронный ресурс] URL: <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-egypt/2022/> (дата обращения: 27.11.2024).
21. Египет Пресса, СМИ, ТВ, Радио, Газеты // [Электронный ресурс] URL: <http://www.pressreference.com/Co-Fa/Egypt.html> (дата обращения: 28.11.2024).
22. Васильев А. М., Жерлицына Н. А. Эволюция СМИ в странах Северной Африки после «арабской весны» // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 1. С. 81-95.
23. Мустафина Э. М. Культура Египта в контексте общественно-политического развития

страны (Вторая половина XX века): диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук. Казань: КГУ им. В. И. Ленина, 2004.

24. Хамзави А. Египет после военного переворота 2013 г.: Законодательство на службе нового авторитаризма // Философия и социальная критика. 2017. № 43(4-5). С. 392-405.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье предметом исследования выступают особенности современного медиаландшафта Арабской Республики Египет. Отмечается, что «работа средств массовой информации в странах глобального юга, представителем которого является Египет, представляет собой сложный и многоаспектный процесс, в котором сталкиваются разнообразные юридические, социальные и политические факторы. Египет, обладая богатой историей медиа и влиянием на арабский мир, демонстрирует ряд уникальных особенностей и проблем, влияющих на функционирование СМИ». Глобализация стала очевидной реальностью не только для экономики, политики, культуры, но и средств массовой информации, современное состояние и место которых необходимо изучать, чем и обусловлена актуальность данной работы.

Теоретической основой исследования выступают труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные эволюции СМИ в Египте (А. М. Васильев, Н. А. Жерлицына, Э. М. Мустафина, А. Хамзави, особенностям медиадискурса Египта и интернет-цензуре (И. Н. Водянов, А. И. Капаева, Е. А. Кутукова, А. Р. Шишкина, Л. М. Исаев, Абдель Вахед) и др. Библиография насчитывает 11 источников, соответствует специфике изучаемого предмета и содержательным требованиям, находит отражение на страницах статьи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями.

Методология проведенного исследования определена поставленной целью и задачам: применяются общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию материала, анализ научной литературы и нормативно-правовой базы функционирования СМИ.

В ходе анализа теоретического материала и его практического обоснования автор(ы) рассмотрели правовые основы средств массовой информации Египта («СМИ имеют право на свободу слова, но с рядом оговорок, которые касаются защиты национальных интересов, безопасности и общественного порядка», «одной из основных причин монополизации СМИ в Египте является сильное влияние государства на средства массовой информации»); выделили основные особенности структуры СМИ в Египте, характеризуя самые популярные телеканалы, печатные средства массовой информации, социальные сети, радиостанции («телевидение остаётся одним из основных источников информации для большинства египтян»; «несмотря на спад печатной прессы во всем мире, в Египте продолжает выходить множество газет и журналов»; «с ростом интернета и мобильных технологий, онлайн-медиа становится все более популярным»; «радио остаётся важным информационным источником в Египте, особенно в отдалённых районах, где доступ к интернету может быть ограничен»; определили преимущества работы СМИ в Египте, основные направления медийной политики и стратегий. Сделаны выводы о том, что «система средств массовой информации на глобальном юге, и, в частности, в таких странах, как Египет, сталкивается с особыми вызовами и адаптацией к местным условиям», которые часто «коренятся в исторических, политических, социальных и экономических контекстах, что накладывает отпечаток на способ функционирования медиа», «меры по контролю за медиаресурсами в Египте

представляют собой важный инструмент в борьбе с угрозами национальной безопасности» и т. д.

Результаты, полученные в ходе исследования, имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят вклад в изучение специфики современного медиапространства Египта и могут быть использованы в дальнейших научных изысканиях по заявленной проблематике.

Представленный материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стиль изложения соответствует требованиям научного описания. Однако объем материала слишком мал для раскрытия темы. Рекомендуемый редакцией объем составляет 12-50 тысяч знаков.

Также автору(ам) следует изучить требования редакции в части оформления списка литературы и ссылок на библиографический список и привести их в соответствие («ссылки приводятся в квадратных скобках в тексте и оформляются по следующему образцу: [4, с. 121]»).

Обращаем внимание на языковые недочеты в предложении «Проблема исследования состоит в том, что работа средств массовой информации ... представляет собой сложный и многоаспектный процесс, в котором сталкиваются разнообразные юридические, социальных и политических факторов».

В целом, статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera» после устранения указанных выше замечаний.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

На рецензирование представлена статья «Формирование современного медиаландшафта Арабской Республики Египет».

Предмет исследования – особенности деятельности средств массовой информации в Арабской Республике Египет.

Методология исследования включает в себя анализ научной литературы и нормативно-правовой базы функционирования СМИ.

Актуальность исследования обусловлена качественными изменениями в процессах производства контента, обработки, трансляции, ретрансляции и потребления информации; традиционные СМИ постепенно вытесняются новыми, к которым относят интернет-издания, социальные сети, мессенджеры и др. Кроме того, трансформация медиаландшафта обусловлена социально-экономическими, политическими и другими условиями и правительство Арабской Республики Египет внедрило ряд мер по контролю за медиаресурсами, которые направлены на защиту национальной безопасности, а также на создание более контролируемого информационного пространства.

Научная новизна заключается в том, что автор на основе анализа научной литературы и нормативно-правовой базы функционирования СМИ характеризует последние тенденции в развитии медиаландшафта Арабской Республики Египет.

Стиль изложения научный, структура, содержание. Статья написана русским литературным языком. Структура рукописи включает следующие разделы (в виде отдельных пунктов не выделены, не озаглавлены): введение (содержит постановку проблемы, автор аргументирует актуальность выбранной темы и приводит теоретическую базу исследования, сформулирована цель и приведена методология исследования); основная часть (автор характеризует основные законы и постановления,

регламентирующие работу СМИ в Арабской Республике Египет, а также указывает органы власти, контролирующие деятельность СМИ в Египте; рассмотрена структура СМИ, выделены основные тренды деятельности телевидения, печатных СМИ, радио, Интернета и социальных сетей; названы ведущие СМИ; отдельное внимание уделено особенностям СМИ в Египте: богатое разнообразие контента, уникальный медиаландшафт, сочетающий традиции и современные форматы, развитие Интернета и социальных медиа, активное участие в общественных процессах, при этом автор отмечает наличие цензуры и усиление программы государственного информирования в ответ на угрозы национальной безопасности); заключение (автор делает общие выводы); библиография (включает 16 источников). Содержание в целом соответствует названию.

Выводы, интерес читательской аудитории.

Результаты исследования будут интересны тем, кто исследует трансформацию средств массовой информации в Арабской Республике Египет в связи с изменениями государственной политики в области СМИ после революционных событий 2011 и 2013 годов.

Рекомендации автору:

1. В статье не сформулированы предмет и научная новизна проведенного исследования. Объем статьи близок к минимальным требованиям редакции.
2. Необходимо уделить большее внимание обзору и анализу современных научных работ, теоретический анализ именно современных источников является недостаточным.
3. В библиографии уместно увеличить долю зарубежных научных работ за последние 3 года.
4. Следуют упорядочить использование кавычек и перепроверить текст на предмет опечаток, описок и пропусков символов.
5. Было бы хорошо привести статистические данные, отображающие долю различных видов СМИ в современном медиаландшафте Арабской Республики Египет.

В целом рукопись соответствует основным требованиям, предъявляемым к научным статьям. Материал представляет интерес для читательской аудитории и после доработки может быть опубликован в журнале «Litera».

Результаты процедуры окончательного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Варианты оценки современных СМИ многообразны; исследователя стремятся к вероятной объективации форм, типов, функций медиа-индустрии. Как обозначено в начале труда, цель работы – «показать тенденции и особенности функционирования СМИ в Арабской Республике Египет (далее Египет). Проблема исследования заключается в сложности и многоаспектности деятельности средств массовой информации, обусловленной взаимодействием юридических, социальных и политических факторов. Египет, обладая богатой историей медиа и влиянием на арабский мир, демонстрирует ряд уникальных особенностей и проблем, влияющих на состояние и развитие СМИ». Четкость выверенной позиции дает основание автору выстроить и полновесный аналитический конструкт. Удачно в статье сочетает история вопроса, анализ современной ситуации, базис развития СМИ в Египте. Привлекает внимание и т.н. статистический срез: например, «История египетской прессы имеет более чем двухсотлетнюю историю и зародилась во времена Османской империи. Первая газета «Le Courier de L’Egypt» («Египетский курьер») вышла сразу после начала египетской

кампании в августе 1798 г., а вскоре появился ежеквартальный журнал «La Decade Egyptienne» («Египетская декада»). В настоящее время Египет имеет развитую систему СМИ, богатые информационные ресурсы и потенциал: в стране издается более 500 газет, функционирует более 42 национальных радиокompаний и 98 телевизионных станций. Страна активна в применении Интернет-технологий и заинтересована в расширении сетевой аудитории. В глобальном обзорном отчете фиксируется: количество пользователей социальных сетей в Египте на начало 2023 г. эквивалентно 41,4 процента от общей численности населения» и т.д. Стиль работы соотносится с собственно научным типом: например, «к изучению СМИ Арабской Республики Египет обращались в разное время Ци Цзи [5], специализирующийся в области исследования медиа, Мостафа Эссам Шаат [6], рассматривающий юридические аспекты темы, Салма Хамис [7], обращающаяся к изменениям в медиаландшафте Египта». Научный интерес представляет статья Б. И. Хамада, посвященная истории и политике Египта, развитию прессы времен завоевания страны Наполеоном, нового королевства в Египте, существования конституционной монархии и борьбы прессы трех политических сил – короля, партии Вафд и британской оккупации. В центре внимания – период зарождения политических традиций в освещении событий, когда пресса была сосредоточена на двух важных национальных вопросах – независимости и Конституции. Подробно освещается работа медиа в период правления Мухаммада Али (1805-1848 гг.), когда в Египте произошли перемены более динамичные, чем в других частях Османской империи...» и т.д. На мой взгляд, в работе достаточное количество ссылок, цитаций; объективность рассмотрения вопроса выдержана на протяжении всего текста. Термины и понятия, которые используются по ходу работы унифицированы, разночтений нет: «В последние годы Египет сталкивается с различными вызовами в области национальной безопасности, включая террористические угрозы, политическую нестабильность и влияние иностранных мышлений, которые могут подрывать общественный порядок и социальное единство. В ответ на эти вызовы правительство страны внедряет ряд мер по контролю за медиаресурсами. Эти меры не только направлены на защиту национальной безопасности, но и на создание более контролируемого информационного пространства». Наличного текстового объема достаточно для раскрытия темы, достижения итогового результата. Считаю, что основные типы распространения информации в режиме обще открытости даны верно: это телевидение, печатные СМИ, Интернет и социальные сети, радио. Оценка, на мой взгляд, также предельно объективна. Материал обладает должной научной новизной (это систематизация данных), материал можно использовать в вузовской практике при изучении дисциплин связанных с историей и теорией СМИ. Автор приходит к выводу, что «система средств массовой информации (СМИ) на глобальном юге, и, в частности, в таких странах, как Египет, сталкивается с особыми вызовами и адаптацией к местным условиям. Эти проблемы часто коренятся в исторических, политических, социальных и экономических контекстах, что накладывает отпечаток на способ функционирования медиа. Меры по контролю за медиаресурсами в Египте представляют собой важный инструмент в борьбе с угрозами национальной безопасности. Важно находить баланс между обеспечением безопасности и защитой прав человека, что остается актуальной задачей для египетского общества и государства». Методы исследования актуальны, общие требования издания учтены; тема с подачи данной работы как таковая может быть изучена далее, что явно можно оценить положительно. Рекомендую статью «Формирование современного медиаландшафта Арабской Республики Египет» к публикации в научном журнале «Litera».

Англоязычные метаданные

Features of the Formation of Negatonyms (Based on M. Shrubu's "Dictionary of Pseudonyms of Russian Emigrants in Europe (1917–1945)")

Savel'ev Viktor Sergeevich

Doctor of Philology

Professor; Department of Russian Language; Lomonosov Moscow State University

1 Leninskie Gory str., Moscow, 119991, Russia

✉ alfertinbox@mail.ru



Ding Pei

Postgraduate student; Department of Russian Language; Lomonosov Moscow State University

1 Leninskie Gory str., Moscow, 119991, Russia

✉ DingPei121@163.com



Abstract. The object of this study is negatonyms (negative pseudonyms) of authors from the first wave of Russian emigration in the 20th century. Negatonyms represent a type of pseudonym whose meaning essentially amounts to the negation of what is named by their base. The material for the study consists of negatonyms included in M. Shrubu's "Dictionary of Pseudonyms of Russian Emigrants in Europe (1917–1945)." This source includes approximately 9,800 pseudonyms, from which 71 negatonyms were identified. The subject of the research is the peculiarities of the formation of negative pseudonyms, which include the methods and means of their formation (including the producing bases and derivators), types of motivation (determined by the typical lexical meanings of the producing bases of negatonyms), as well as word-formation models (productive and unproductive) used in the formation of negative pseudonyms. The analysis employs a descriptive research method (units of description are distinguished, their properties and characteristics are defined, facts are generalized, and their interpretation is provided). The study identifies the methods and means of formation, spelling peculiarities, and types of motivation for both one-word and multi-word negatonyms. A comparative analysis allows for determining the most productive models. Two peculiarities of negatonyms used by authors of the first wave of emigration between 1917 and 1940 are noted: 1) the meanings of many negative pseudonyms are linked to the realization of the concept of "own" vs. "their" with most pseudonyms reflecting the author's sense of foreignness to the "new world," positioning themselves as someone who does not consider themselves part of it; 2) the political views of the author are regularly indicated—either affiliation with a particular party or, conversely, apoliticality. The study also finds that negatonyms allow authors to demonstrate their creativity in coinage, utilizing various language-play mechanisms.

Keywords: language game, own and their, semantic motivation, generating bases, word formation, M. Shrubu's Dictionary, negatonyms, pseudonyms, anthroponyms, paragraphemics

References (transliterated)

1. Podol'skaya N. V. Slovar' russkoi onomasticheskoi terminologii. M.: Nauka, 1988.

2. Superanskaya A. V., Suslova A. V. *Sovremennye russkie familii*. M.: Izdatel'stvo Nauka, 1981.
3. Batyukova N. V. *Normativnoe v sotsial'noi roli individa // Zhivoe slovo v russkoi rechi Prikam'ya*. Prm.: Permskii gosudarstvennyi universitet, 1992.
4. Golomidova M. V. *Iskusstvennaya nominatsiya v russkoi onomastike*. Ekb.: Ural'skii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet, 1998.
5. Mochalkina K. S. *Psevdonimy v sisteme sovremennoi russkoi antroponimii*. Avtoreferat dissertatsii ia soiskanie uchenoi stepepi kandidata filologicheskikh nauk. Vgg.: Volgogradskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet, 2004.
6. Alefirenko N. F. *Spornye problemy semantiki*. M.: Gnozis, 2005.
7. Prokop'eva O. V. *Struktura psevdonimov // Vestnik Chuvashskogo universiteta*. 2011. № 4. S. 278-280.
8. Kalinkin V. M. *Znakom'tes': poetonimologiya // Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya filologicheskie nauki i kul'turologiya*. 2017. T. 3. Vyp. 1 (9). S. 10-17.
9. Karpinets T. A., Balakireva E. A. «Vseobshchee oborotnichestvo»: *Psevdonimy poetov serebryanogo veka // Aktual'nye voprosy fundamental'nykh nauk v tekhnicheskome vuze*. Kem.: Izdatel'stvo: Kuzbasskii gosudarstvennyi tekhnicheskii universitet im. T. F., 2021. S. 102-113.
10. Savel'ev V. S. *Psevdonimy, vkluchayushchie nazvaniya bukv kirillitsy: struktura i sposoby obrazovaniya. Stat'ya 1 // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9: Filologiya*. 2023a. № 2. S. 71-83.
11. Savel'ev V. S. *Psevdonimy, vkluchayushchie tserkovnoslavyanskije nazvaniya bukv kirillitsy: struktura i sposoby obrazovaniya (stat'ya 2) // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9: Filologiya*. 2023b. № 3. S. 21-33.
12. Dmitriev V. G. *Skryvshie svoe imya*. M.: Nauka, 1980.
13. Lopatin V. V. *Pravila russkoi orfografii i punktuatsii. Polnyi akademicheskii spravochnik*. M.: AST, 2009.
14. Shrubina M. *Slovar' psevdonimov russkogo zarubezh'ya v Evrope (1917–1945)*. M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 2018.
15. Bogdanova O. V. *Entsiklopedicheskii slovar' "Literaturny Sankt-Peterburga. XX vek"*. 2024. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <https://lavkapisateley.spb.ru/enciklopediya/> (data obrashcheniya: 07. 07. 2024)
16. Shevchenko T. *Kobzar'*. SPb.: Izdatel'stvo «Bibliotekha kopeika», 1911.
17. Ushakov D. I. *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka D. I. Ushakova*. M.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo inostrannykh i natsional'nykh slovarei, 1940; Tom IV.
18. Dal' V. I. *Tolkovyi slovar' zhivogo velikoruskogo yazyka V. Dal'ya*. SPb., M.: Izdanie knigoprodavtsa-tipografa M.O. Vol'fa, 1880; T. 1.
19. Ushakov D. I. *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka D. I. Ushakova*. M.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo inostrannykh i natsional'nykh slovarei, 1938; Tom II.
20. Zhukov E. M. *Sovetskaya istoricheskaya entsiklopediya*. M.: Gosudarstvennoe nauchnoe izdatel'stvo «Sovetskaya entsiklopediya», 1962; T 2.
21. Masanov I.F. *Slovar' psevdonimov russkikh pisatelei, uchenykh i obshchestvennykh deyatelei*. M.: Izdatel'stvo Vsesoyuznoi Knizhnoi Palaty, 1960; T. 4.
22. Savel'ev V. S. *Krasov, Nekrasov i Ne-Nekrasov // Karabikhskie nauchnye chteniya. Posle yubileya: Novye perspektivy izucheniya N. A. Nekrasova i ego epokhi*. Yar.: Izdatel'stvo: OOO «Akademiya 76». 2022. S. 168-172.
23. Skatova N. N. *Russkaya literatura KhKh veka. Prozaiki, poety, dramaturgi*.

Bibliograficheskii slovar' v 3 tomakh. M.: «OLMA-PRESS Invest», 2005; T. 2. Z–O.

24. Serov V. V. Entsiklopedicheskii slovar' krylatykh slov i vyrazhenii. M.: OOO Izdatel'stvo «Lokid-Press», 2005.

French color denotations of shades of yellow and their correspondences in the Russian language

Zhabo Natalia Ivanovna

PhD in Philology

Associate Professor; Department of Foreign Languages, Institute of Medicine; Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

107119, Russia, Moscow, Baikalskaya str., 18k2, sq. 114

✉ zhabo_ni@pfur.ru



Avdonina Marina Yurievna 

PhD in Psychology

Associate Professor; Faculty of Distance Learning; Moscow State Linguistic University

107119, Russia, Moscow, Baikalskaya str., 18k2, sq. 114

✉ mavdonina@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the comparative analysis of color denotations of shades of yellow in French and Russian, taking into account their semantics, usage and cultural specifics. The relevance of the research topic is conditioned by the fact that media texts reflect the changes in tastes and form the aesthetic perception with the mediatization of modern society. The object of the research: the system of color denotations. The subject of the research: ways of expressing shades of color in French. The aim of the study is to identify lexical features and ways of nominating shades of yellow color in media texts in French, as well as to find their equivalents in Russian. The author studied monolingual and bilingual dictionaries, specialized design websites, media texts and advertising materials of the 2020s, fiction texts. The semantic and stylistic analysis of the selected sixty shades of yellow was carried out, the influence of cultural and historical factors on their occurrence and use was studied, and a continuous sampling of lexemes from media texts devoted to interior design was carried out. Frequency analysis revealed the most used shades of this theme, such as saffron, lemon, amber and mustard. Structural differences revealed: in French, shades are more often formed using the main color, while in Russian the shade stands in the first place. The results of the study are relevant for the study of intercultural communication, translation of media texts and lexicographic description of color denotations.

The novelty of the work lies in the identification of unique French color denotations that have no exact analogues in Russian and the analysis of their use in modern media texts. Conclusions are drawn about the linguistic and cultural specifics of nomination of shades of yellow in both language cultures and their influence on the perception of aesthetics in general.

Keywords: linguoculturology, word formation, comparative aspect, calcification, translation, yellow color, color shades, color denotations, French language, intercultural communication

References (transliterated)

1. Pasturo M. Zheltyi: Istoriya tsveta / per. s fr. N. Kulish. M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 2023.

2. Mollard-Desfour A. La haute note jaune. Identité chromatique du Midi, in Catalogue d'exposition. "Oh couleurs ! Le Design au prisme de la couleur". Bordeaux: Edité par Ed. Confluences, 2017.
3. Déribéré M. La couleur. Paris: PUF, coll. «Que Sais-Je», 2014.
4. Kul'pina V.G. Lingvistika tsveta. M.: Moskovskii litsei, 2001.
5. Bakhilina N.B. Istoriya tsvetooboznachenii v russkom yazyke. M.: Nauka, 1975.
6. Anan'ina T.S. Primer primeneniya funktsional'no-parametricheskogo analiza k frantsuzskim frazeologizmam s osnovnym komponentom – kharakteristikoi tsveta «bleu» // Vestnik MGOU. Seriya: Lingvistika. 2016. № 1. С. 99-107. doi:10.18384/2310-712X-2016-1-99-107
7. Vorob'eva E.Yu. Tsvetovaya nominatsiya kak kognitivno-emotsional'naya deyatel'nost' (na primere tsvetooboznachenii frantsuzskogo yazyka) // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. 2024. T. 27. № 1. S. 194-200. doi:10.55959/MSU-2074-1588-19-27-1-14
8. Perekhod'ko I.V. Mezhhul'turnye aspekty izucheniya semanticheskogo prostranstva tsvetooboznachenii v russkom i frantsuzskom yazykakh // Vestnik OGU. 2014. №11 (172). S. 152-155.
9. Urazmetova A.V., Ryabtsova N.I. Osobennosti nominatsii i upotrebleniya ottenkov tsveta vo frantsuzskom yazyke // Filologiya: nauchnye issledovaniya. 2020. № 8. S. 19-26. DOI: 10.7256/2454-0749.2020.8.33610 URL: https://e-notabene.ru/fmag/article_33610.html
10. Bernez C. Grammaire des couleurs. Éditeur Peter Lang AG, International Academic Publishers, 2014.
11. Kh'yubel D. Glaz, mozg, zrenie. / Per. s angl. O.V. Levashov, G.A. Sharaev, A.L. Byzov. M.: Mir, 1990.
12. Chernen'kaya S.V. Transformatsiya publichnosti v sovremennom mediaprostranstve // Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki. № 7-2. 2024. S. 137-139. doi: 10.37882/2223-2982.2024.7-2.33
13. Zhabo N.I., Avdonina M.Yu., Chernysheva I.B. Aksiologicheskoe prostranstvo mediateksta // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Filosofskie nauki. № 1 (37). 2021. S. 32-39. doi:10.25688/2078-9238.2021.37.1.03
14. Jaune / Le Dictionnaire de l'Académie française, CNRTL = Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.cnrtl.fr/definition/jaune> (data obrashcheniya: 29.12.2024).
15. Dictionnaire des synonymes. Larousse. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/synonymes> (data obrashcheniya: 30.12.2024).
16. Couleurs jaunes en français. [Elektronnyi resurs]. URL: https://fr.wiktionary.org/wiki/Catégorie:Couleurs_jaunes_en_français (data obrashcheniya: 30.12.2024).
17. Béguin A. Dictionnaire technique de la peinture. A. Béguin, 2009.
18. Bulanin D. Novye slova i znacheniya. Slovar'-spravochnik po materialam pressy i literatury 80-kh godov / Pod red. E. A. Levashova. SPb.: 1997.
19. Kravtsova L.P. Neiming tsveta v yazyke mody // Kommunikativnye issledovaniya. 2017. № 2 (12). S. 69-86.
20. Greimas A. J. La mode en 1830 : Langage et société : écrits de jeunesse. Appendice II. Noms de couleurs. Paris: PUF, 2000. Pp. 232-242.

21. La langue française. [Elektronnyi resurs]. URL:
<https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/> (data obrashcheniya: 29.12.2024)
22. Vasilevich A.P., Kuznetsova S.N., Mishchenko S.S. Tsvet i nazvaniya tsveta v russkom yazyke / pod obshch. red. A.P. Vasilevicha. 4-e izd. M.: Lenanl, 2022. 216 s.
23. Avdonina M.Yu. Proizvodnye ot slova oko v sovremennom russkom yazyke // Russkii yazyk: istoricheskie sud'by i sovremennost': III Mezhdunarodnyi kongress issledovatelei russkogo yazyka (Moskva, MGU im. M.V.Lomonosova, filologicheskii fakul'tet, 20-23 marta 2007g.): Trudy i materialy / Sostaviteli M.L. Remneva, A.A.Polikarpov. M.: MAKSS Press, 2007. – S. 204.

Grammatical errors made by students when translating phraseological units from Russian into Chinese.

Luo Zhimeng 

Postgraduate student; Department of Theory and Practice of Foreign Languages of the Russian Academy of Sciences; Peoples' Friendship University of Russia, Institute of Foreign Languages

117198, Russia, Moscow, Mklukho-Maklaya str., 9

✉ tighj80@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the theoretical and applied research of the translation features in the "Russian – Chinese" language pair. Numerous studies in the field of Russian-Chinese translation, in particular, phraseological units, indicate the existence of significant difficulties faced by modern translation students. These difficulties include differences in the syntactic structure of sentences, the lack of grammatical categories of gender and number in Chinese, as well as specific features of the semantic structure of phraseological units. The subject of the study is the most characteristic types and features of grammatical errors made by students in the process of consistent translation of Russian phraseological units into Chinese. The purpose of the study is to identify the specifics of errors caused by the semantic, grammatical and structural characteristics of Russian phraseological units and their inconsistency with the grammatical norms of the Chinese language. This work uses an integrated approach that includes both qualitative and quantitative research methods, including: methods of theoretical and comparative analysis, classification, content analysis, as well as methods of questioning, observation and experimental research. As a result of this study, the following groups of errors were identified: errors in coordination; incorrect use of cases and tenses; problems with the translation of semantic and grammatical shades of phraseological units. The novelty of the study lies in the fact that these groups of grammatical errors were first considered in the context of the transmission of national cultural codes of the Russian language and their semantic, grammatical and structural implementation in the process of translating phraseological units in Chinese. The results of the research can be applied in educational practice to improve the quality of teaching Chinese, as well as to develop methodological manuals, books and monographs focused on the study of grammatical aspects of translating Russian phraseological units into Chinese.

Keywords: Russian Chinese, cultural values, translation accuracy, grammatical norms, national cultural codes, equivalence, grammatical errors, lexical substitution, semantic-grammatical structure, consecutive interpretation

References (transliterated)

1. Averbukh K.Ya. Leksicheskie i frazeologicheskie aspekty perevoda: uchebnoe posobie dlya stud. vuzov / K.Ya. Averbukh, O.M. Karpova – M.: Izdat. tsentr «Akademiya», 2009.
2. Aleksandrova E. V. Frazeologizm kak natsional'no-kul'turnaya metafora filologo-germenevticheskii aspekt: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19 / Aleksandrova Elena Vladislavovna. Tver', 2015. – 204 s.
3. Asabina A. A. Rol' pragmaticheskogo potentsiala frazeologicheskikh edinit v realizatsii kognitivnykh modelei situatsii // Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya. 2022. T. 28, № 2. S. 152-159.
4. Bao Khueinan'. Kul'turnyi kontekst i perevod. – Pekin: Kitaiskaya mezhdunarodnaya perevodcheskaya i izdatel'skaya kompaniya, 2001.
5. Barkhudarov, L. S. Yazyk i perevod: voprosy obshchei i chastnoi teorii perevoda / L.S. Burkhudarov. – M: Izd-vo LKI, 2008.
6. Van Sin'tszyui. Frazeologizmy, kharakterizuyushchie povedenie cheloveka, v russkom i kitaiskom yazykakh: avtoreferat dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.20 / Van Sin'tszyui,- Ufa, 2018. – 27 s.
7. Vereshchagin, E. M. Yazyk i kul'tura / E.M. Vereshchagin, V.G. Kostomarov. – M.: Russkii yazyk, 2005.
8. Vinogradov, V. S. Vvedenie v perevodovedenie (obshchie i leksicheskie voprosy) / V.S. Vinogradov. – M.: Izd-vo in-ta obshchego srednego obrazovaniya RAO, 2001.
9. Voinova, L.A. Frazeologicheskii slovar' russkogo yazyka: Svyshe 4000 slovarnykh statei / L. A. Voinova, V. P. Zhukov, A. I. Molotkov, A. I. Fedorov. – M.: Russkii yazyk, 1978.
10. Voitsekhovich, I. V. Prakticheskaya frazeologiya sovremennogo kitaiskogo yazyka / I.V. Voitsekhovich. – M.: AST Vostok-Zapad, 2007.
11. Kovshova M.L. Kak s pisanoi torboi nosit'sya: printsipy kognitivno-kul'turologicheskogo issledovaniya idiom // Frazeologiya v kontekste kul'tury. – M.: Yazyki rus. kul'tury, 1999. – S. 164-173.
12. Komissarov, V. N. Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty) / V.N. Kommisarov. – M.: Vysshaya shkola, 1990.
13. Lin' Lyu. Khudozhestvennyi perevod frazeologizmov v pare yazykov russkii – kitaiskii: k probleme peredachi obraznosti i sotsiokul'turnoi spetsifichnosti // Filologicheskie nauki. 2017. № 3 (69). C. 113-116.
14. Lyu Aikhua. Problemy perevoda frazeologizmov (na fone russkogo i kitaiskogo yazykov) // Baltiiskii gumanitarnyi zhurnal. 2020. № 4 (33). S. 285-288.
15. Ma Lin. Frazeologizmy, kharakterizuyushchie psikhoemotsional'noe sostoyanie cheloveka, kak reprezentanty russkoi i kitaiskoi yazykovykh kartin mira: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.20. Ufa, 2018. – 169 s.
16. Solodub, Yu. P. Teoriya i praktika khudozhestvennogo perevoda / Yu.P. Solodub. – M.: Akademiya, 2005.
17. Teliya, V.N. Bol'shoi frazeologicheskii slovar' russkogo yazyka / V.N. Teliya, I.S. Brileva. – M.: AST-Press Kniga, 2009.
18. Fomenko I. B., Chzhan Sin'ven'. Osobennosti perevoda kitaiskikh frazeologizmov s antroponimicheskim komponentom na russkii yazyk // Vestnik Priamurskogo gos. un-ta im. Sholom-Aleikhema. 2018. № 2 (31). S. 88-92.
19. Khaina Tszyui. Otrazhenie spetsifiki russkoi i kitaiskoi lingvokul'tur v ustoichivyykh oborotakh s temporal'noi semantikoi: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.20 / Khaina Tszyui,-Ekaterinburg, 2017. – 283 s.

20. Khuan Borong, Lyao Syudun. Spravochnik po sovremennomu kitaiskomu yazyku. – Pekin: HigherEducationPress, 2011.
21. Tszin' Di. Issledovanie ekvivalentnogo perevoda. – Pekin: Kitaiskaya mezhhdunarodnaya perevodcheskaya i izdatel'skaya kompaniya, 1989.

Rhizomatic Nature of Digital Media News Headlines in Russian and Chinese

Liu Bo 

Postgraduate Student, Department of General and Russian Linguistics, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia
Associate Professor, School of Foreign Languages, Hubei Minzu University

Mklukho-Maklaya str., 6, Moscow, 117198, Russia

✉ 1042228094@pfur.ru

Perfileva Natalia Vladimirovna 

PhD in Philology

Associate-Professor, Department of General and Russian Linguistics, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia

6 Mklukho-Maklaya str., Moscow, 117198, Russia

✉ perfileva_nv@pfur.ru

Abstract. The article is devoted to identifying common patterns of rhizomatic news headlines in Russian and Chinese leading online media. The subject of the study is the rhizomatic nature of digital media news headlines, which is manifested in the complex interrelationships of texts in cyberspace. The material is the headlines of international news from leading Russian and Chinese digital media for 2024. The scientific novelty is determined by the fact that for the first time an attempt has been made to conduct a comparative study on the main manifestations of the rhizomatic nature of news headlines in Russian and Chinese leading digital media. Being an announcement and hyperlink of an Online media news article, complex digital headline texts receive typical rhizomatic characteristics such as: interconnectedness, heterogeneity, multiplicity, nonlinearity, openness, dynamism, the status of which is not clearly defined. Their analysis determines the relevance of the study. The research methods combine the classification of linguistic units, linguistic description, functional and semantic analysis, and comparison to identify common rhizomatic properties of news headlines from leading Russian and Chinese online media. The results of the study show that rhizomaticity is characteristic of the international news headlines of Russian and Chinese leading digital media. An analysis of the complex of news headlines in Russian and Chinese digital media based on 6 main characteristics of the rhizome showed that rhizomatic relationships are found in news headline texts, which exhibit the following properties: citation, hypertextuality, intertextuality, precedent, heterogeneity, multidimensionality, multiplicity, discreteness, fragmentation, out-of-structure, nonlinearity, deterritorialization, reterritorialization, decentralization openness and dynamism. The obtained research results can be the basis for further research in this field, and used in the practice of teaching university courses in relevant disciplines. The conclusion of the study is that rhizomaticity is the main attribute of the texts of news headlines in Russian and Chinese leading digital media.

Keywords: the relationship, digital media, news headline, principles of rhizome, rhizomatic logic, rhizomatic environment, rhizomatic, rhizome, heterogeneity, Reterritorialization

References (transliterated)

1. Peskova E. N. Mediakommunikatsiya i mediadiskurs: podkhody k opredeleniyu ponyatii, struktura i funktsii // *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2015. № 2 (16). S. 26-31.
2. Delez, Zh., Gvattari F. Tysyacha plato: Kapitalizm i shizofreniya / per. s frants. i poslesl. Ya. I. Svirskogo; nauch. red. V.Yu. Kuznetsov. – Ekaterinburg: U-Faktoriya; M.: Astrel', 2010. 895 s.
3. Sharkov V. M. Rizomaticheskaya logika // *Del'fis*. 2014. № 79. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.delphis.ru/journal/article/rizomaticheskaya-logika> (data obrashcheniya: 09. 10. 2024.)
4. Foucault M. *Theatrum philosophicum* // *Critique*. 1970. No. 282. Pp. 885-908.
5. Wang T. Social Change and Social Research in the Digital Age // *School of Social Sciences, Tsinghua University. Social Sciences in China*. 2021. No. 12. Pp. 73-88. [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.sss.tsinghua.edu.cn/info/1074/5644.htm> (data obrashcheniya: 09.10.2024.)
6. Pilyugina E. V. Sotsial'noe bytie postmoderna kak so-bytie: dis. ... doktora filosofskikh. nauk: 09.00.01 / Pilyugina Elena Vladimirovna. – M., 2019. 394 s.
7. Stroikov, S. A. Angloyazychnyi elektronnyi gipertekst kak ob''ekt lingvosemioticheskogo issledovaniya: avtoreferat dis. ... doktora filologicheskikh. nauk: 5.9.8 / Stroikov Sergei Aleksandrovich. – Volgograd, 2024. 42 s.
8. Kristeva Yu. S. *Izbrannye trudy: Razrushenie poetiki* / Per. s fr. G. K. Kosikov, B. P. Narumov. – M.: Rossiiskaya politicheskaya entsiklopediya (ROSSPEN), 2004. 656 s.
9. Gritsanov A. A., Mozheiko M.A. *Postmodernizm. Entsiklopediya*. – Minsk.: Interpresservis; Knizhnyi Dom, 2001. 1040 s.
10. Malakhov B. C., Filatov V. P. *Sovremennaya zapadnaya filosofiya: Slovar'* / Sost. i otv. red. V. S. Malakhov, V. P. Filatov. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: Ostrozh'e, 1998. 544 s.
11. Sinel'nikova L.N. Rizoma i diskurs intermedial'nosti // *Russian Journal of Linguistics*. 2017. № 4. S. 805-821. DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-4-805-821
12. Hauer T. Technological Determinism and New Media // *International Journal of English, Literature, and Social Science (IJELS)*. 2017. № 2(2), Pp. 1-4.

Reflection of the concept of "Justice" in the Russian and Chinese language pictures of the world

Wan Guangfu 

Postgraduate student; Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

117198, Russia, Moscow, Mklukho-Maklaya str., 6, 700

✉ 157723746@qq.com

Shabelskaya Nika Kirillovna 

Postgraduate student; Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

Mklukho-Maklaya str., 6, Moscow, 117198, Russia

Abstract. Justice as one of the key ethical and social values recognized by many peoples of the world. This article examines the concept of "Justice" in two polar pictures of the world - Chinese and Russian. Based on the "systematic approach" to the study of concepts, this article pays much attention to dictionary definitions and background linguacultural knowledge. To determine the structure and peripheral meanings of the concept, the author describes in detail the definitions of the word, historical information important for understanding the concept. If in ancient times the emphasis was on legal and moral justice, then in modern times the concept of "justice" covers economic, educational and gender aspects. The work also provides a detailed morpheme analysis of the concept in the Chinese language. To study the deep meanings of the concept, the article provides the results of an associative experiment conducted on the basis of 2 universities. It identified characteristics of concepts from two source languages. The most frequent associations allowed us to clarify the boundaries of the concept sphere of "Justice". A comparative analysis of the lexical field associated with the word "justice" indicates the presence of unique semantic shades in each language. In Russian, the term "justice" is often associated with legal concepts (e.g., justice, law), forming the idea of a correct, honest and impartial structure of society and human relations. Whereas in Chinese, the use of such expressions as "kindness" and "harmony" that emphasize the importance of virtues is important. The paper eliminates the existing information gap and adds to the existing knowledge base on the concept of "justice", emphasizing cultural differences and similarities, and also advances the understanding of how historical and social factors influence the formation of this meaning.

Keywords: honesty, associative links, national mentality, concept sphere, lexical-semantic field, associative experiment, justice, language worldview, concept, comparative analysis

References (transliterated)

1. Stepanov Yu.S. Konstanty: Slovar' russkoi kul'tury. Opyt issledovaniya. – M.: Shkola "Yazyki russkoi kul'tury", 1997. – S. 40-76.
2. Erdnieva B.D. Ponimanie spravedlivosti v kul'turno-filosofskom kontekste drevnego Kitaya// Vestnik Kalmytskogo universiteta. 2023. S. 133-141.
3. Dubkova O.V., Chzhan Chzhen'tszin. Spravedlivost' v kommunikativnoi praktike kitaitsev//Kommunikativnye issledovaniya. 2023. S. 85-100.
4. Belov M. Istoriya slova "spravedlivost'" v russkom yazyke XV-XVIII vekov: ot pravil'nykh postupkov do pravil'nykh chuvstv / M. Belov // Neprikosnovennyi zapas. – 2024. – № 1 (153). – S. 184-196.
5. Shuvaeva O. G. Leksiko-semanticheskoe pole «Spravedlivost'» v russkoi mental'nosti // Nauka. Innovatsii. Tekhnologii. 2007. Vypusk nomer 50. S. 228-232.
6. Shmelev A.D. Russkaya yazykovaya model' mira: Materialy k slovaryu. M., 2002.
7. Bochkarev A.E. O chuvstve spravedlivosti v russkom yazykovom soznanii // Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. 2017. T. 15. № 2.
8. Ozhegov S.I. Tolkovyj slovar' russkogo yazyka: okolo 100 000 slov, terminov i frazeologicheskikh vyrazhenii. M., 2019.
9. Shuowen5. URL: https://www.shuowen5.com/%E5%B9%B3_zi (data obrashcheniya: 15.10.2023).
10. Syaomin L. Diskursivnye innovatsii i prakticheskoe rasshirenie spravedlivosti i pravednosti v protsesse kitaiskoi modernizatsii // Vesnik universiteta Yunnan'

(Sotsial'nye nauki). – 2024. – T. 23, № 3. – S. 15-25.

11. Chen' S. Kak rassmatrivat' spravedlivost' i pravednost' kak sushchnostnye kharakteristiki sotsializma s istoricheskoi tochki zreniya // Tsyu chzhi. – 2009. – № 8. – S. 34-36.
12. Tin Yu., Changtszyan Ch. Analiz sluchaev po voprosam delovoi etiki i postroeniya professional'noi etiki bukhgalterov // Sotrudnichestvo v ekonomike i tekhnologiyakh. – 2025. – № 1. – S. 140-143.
13. Kurganova N. I. Assotsiativnyi eksperiment kak metod issledovaniya znacheniya zhivogo slova // Voprosy psikholingvistiki. – 2019. – № 3 (41). – S. 24-37.
14. Karaulov Yu.N. Ot struktury assotsiativnogo slovary k strukture yazykovoi sposobnosti // Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Filologiya, zhurnalistika. – 1994. – № 1. – S. 14-26.

Lexical Representation of the Concept «Рope/tongku» in Russian and Chinese Languages

Yang Zi 

Postgraduate Student; Department of Theory and Practice of Foreign Languages; Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

Mklukho-Maklaya str., 9, Moscow, 117198, Russia

✉ 1042235158@pfur.ru

Abstract. The article examines the concepts of “rope” in Russian and “痛苦” in Chinese through their lexical representation and cultural significance. It analyzes dictionary definitions, semantic fields, and related lexical units of these concepts. The study discusses similarities and differences in the expression of these emotions, their intensity, and sources. Particular attention is given to the cultural perception and representation of “rope” and “痛苦” in Russian and Chinese. The research highlights the importance of studying the emotional worldview for intercultural communication and the role of these concepts in conveying cultural values and traditions. Research subject: the semantics and lexical representation of the concepts “rope” in Russian and “痛苦” in Chinese. Research aim: to identify similarities and differences in the lexical expression of “rope” and “痛苦” through an analysis of their dictionary definitions, semantic fields, and related lexical units. The study employs methods of definitional analysis, lexical-semantic analysis, and comparative-typological methods. The results show that “rope” in Russian emphasizes emotional suffering tied to losses and tragedies, while “痛苦” in Chinese covers a broader range of negative experiences, including physical and emotional pain. These differences reflect cultural and philosophical traditions: Russian focuses on the intensity and drama of emotions, while Chinese highlights universality and harmony. The findings are applicable to intercultural communication, linguistic theory, translation studies, and teaching Russian and Chinese. The study’s novelty lies in its comparative analysis of emotional concepts based on their lexical and semantic representation, revealing cultural and linguistic specificity. The conclusions underline key differences in the perception and lexical expression of emotions in Russian and Chinese, shaped by their unique cultural and linguistic traditions.

Keywords: emotions, cultural differences, Chinese language, Russian language, lexical-semantic field, definitional analysis, lexical expression, tongku, grief, intercultural communication

References (transliterated)

1. Burakova O. M. Metodika lingvisticheskogo opisaniya kontsepta cherez postroenie semanticheskogo polya. // Vestnik MGPU im. I.P. Shamyakina. – Mozyr', 2007. – № 1 (16). – S. 84-89.
2. Guzikova M. O., Fofanova P. Yu. Osnovy teorii mezhkul'turnoi kommunikatsii. Uchebnoe posobie dlya akademicheskogo bakalavriata. // Izd. Ural'skogo Universiteta. – Ekaterinburg, 2015. – S. 124.
3. KARTASLOV. RU. URL: <https://kartaslov.ru/podobrat'-sinonimy-onlain> (data obrashcheniya: 19.11.2024)
4. Kudinova E. A. Kontsept i ego sootnesenie s leksiko-semanticheskim polem. Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. // Izd. Gramota. – Tambov, 2008. – № 1 (2). – C. 48-50.
5. Lyu Tszyuan'. Kontsept «puteshestvie» v kitaiskoi i russkoi lingvokul'turakh. // Diss. [Volgogr. gos. ped. un-t], – 2004.
6. Medvedeva M. A, Romakh O. V. Semanticheskii analiz kontseptsii prazdnika. // Analitika kul'turologii. – Tambov, 2008. – № 10. – C. 66-71.
7. Natsional'nyi korpus russkogo yazyka. URL: <https://ruscorpora.ru/> (data obrashcheniya: 19.11.2024)
8. Slovar' Sin'khua. URL: <https://xhzd.net.cn/> (data obrashcheniya: 19.12.2024).
9. Stepanov Yu. S. Konstanaty. Slovar' russkoi kul'tury. Opyt issledovaniya. // Shkola «Yazyki russkoi literatury». – Moskva, 1997. – C. 824.
10. Syun' En'dun, Zhao Gaotsii, Syao Syaoyue, Tszan Tszyaotszyao. Razrabotka korpusa BCC v usloviyakh bol'shikh dannikh // Korpusnaya lingvistika. – Pekin, 2016 – № 1.
11. Tolkovyi slovar' Ozhegova S.I. URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov> (data obrashcheniya: 19.12.2024).
12. Shakhovskii V. I. Kategoriya emotsii v leksiko-semanticheskoi sisteme yazyka. // Izd. Voronezh gos. un-ta. – Voronezh, 1987. – C. 192.
13. Entsiklopediya sinonimov. URL: <https://jinyici.gjcha.com/> (data obrashcheniya: 19.11.2024)

Conventional advertising tools in the PR strategy of the social network "VKontakte"

Nacharova Liudmila Igorevna 

Lecturer; Department of Foreign Languages No. 1; Plekhanov Russian University of Economics
Postgraduate student; Department of Journalism, Media Communications and Advertising; A.S. Griboyedov
Moscow University

100 Rusanova St., office of Moscow, 129323, Russia, Moscow

✉ luda_konstant@mail.ru

Abstract. The article is dedicated to the study of conventional promotion tools used for promoting brands in social networks in the context of increasing competition in the digital space, using the social network "VKontakte" as an example. The relevance of the topic is determined by the need to find effective approaches to promoting on social platforms in the international information market. Amid growing competition in the international media market and the increasing influence of social networks on political and social life, the methods and tools for their promotion remain insufficiently studied. The subject of the research is traditional advertising tools aimed at attracting new users and increasing engagement with

the existing audience. The aim of the research is to determine effective approaches to promoting social networks, considering modern trends in digital marketing and communications. The materials of the study include examples of outdoor advertising and online banners used by the "VKontakte" social network. The research includes analytical and comparative analysis of traditional promotional methods applicable to the specifics of social networks, as well as content analysis of advertising materials. The novelty of the study lies in the identification of insufficiently studied aspects of promoting social networks as independent brands and the development of recommendations for their optimization. The results of the work can be applied both in strategic planning and the development of advertising campaigns for social platforms, and in educational and research projects dedicated to the phenomenon of digital communication. The social network "VKontakte" actively uses traditional methods of distributing advertising messages. The use of traditional advertising tools in the promotion campaign of the "VKontakte" social network shows that its developers understand the product and service orientation of the promoted object, using methods typical for the promotion of goods and services.

Keywords: outdoor advertising, new media, communication, promotional tools, media market, VKontakte, advertising, marketing, social media, PR

References (transliterated)

1. Reznik G. A. Marketing: uchebnoe posobie. 4-e izd., pererab. i dop., M.: INFRA-M, 2023. – 199 s.
2. Orishev A. B. Reklama: opredelenie ponyatiya, ekonomicheskaya rol' i ee osobennosti v Rossii. // Biznes i dizain revyu. 2016. T. 1. № 4 (4). S. 5-14.
3. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyi slovar' russkogo yazyka. 4-e izd., dop., M.: Azbukovnik, 1997. – 944 s.
4. Uells U., Bernet D., Moriarti S. Reklama: printsipy i praktika. Per. s angl., 7-e izd., ispr. i dop., SPb.: Piter, 2008. – 738 s.
5. Muzykant V. L. Reklama v deistvii. Istoriya, auditoriya, priemy (na spirali), M.: Eksmo, 2006. – 240 s.
6. Ogilvy D. Ogilvy on Advertising. London: Prion Books, 2011. – 224 p.
7. Ries A., Trout J. Marketing Warfare. McGraw-Hill, 1997. – 216 p.
8. Sharp B. Kak rastut brendy. M.: Izdatel'stvo Mann, Ivanov i Ferber, 2017. – 272 s.
9. Chen J., Han Y., Wang J., Liang G., Zhang Y. Marketing Under the Background of Internet in the New Era. – Frontiers in Business, Economics and Management, 2023. Vol. 9, No. 1. S. 184-187.
10. Pringl Kh., Tompson M. Energiya torgovoi marki. SPb.: Piter, 2001. – 288 s.
11. Persi L., Elliot R. Strategicheskoe planirovanie reklamnykh kampanii. M.: ID Grebennikova, 2008. – 416 s.
12. Nacharova L.I. Sobytiinyi marketing kak effektivnyi instrument reklamnoi kampanii sotsial'noi seti «VKontakte» // Litera. 2024. № 2. S. 230-236. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.2.69732 EDN: WVQEXG URL: https://e-notabene.ru/fil/article_69732.html
13. Ofitsial'nyi korporativnyi sait «VK» [Elektronnyi resurs]. URL: <https://vk.com/main.php?subdir=press&subsubdir=video-ad-song> (data obrashcheniya: 15.01.2025).
14. Elektronnyi novostnoi resurs [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2024/07/19/23496487.shtml?ysclid=m0z3t0xc9l774706012> (data obrashcheniya: 15.01.2025).

15. Novostnoi onlain-resurs [Elektronnyi resurs]. URL: https://report.ru/press/smotri_vse_video_zdes_lyusja_chebotina_sergei_burunov_vlad_a4_i_drugie_blogery_speli_dlja_novoi_reklamnoi_kampanii_vk_video/ (data obrashcheniya: 18.09.2024)

Thinking about the creative heritage of F. M. Dostoevsky in the works of L. D. Zinovieva-Annibal

Wang Liuyang 

Postgraduate student; Faculty of the Department of the History of Modern Russian Literature and the Modern Literary Process (Faculty of Philology); Moscow State University

Lebedeva str., 1, Leninskie Gory, 119234, Russia

✉ w.liuyang@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the comprehension of philosophical, aesthetic and moral ideas in the subsequent literature on the example of L.D. Zinovieva-Annibal's work. The article analyzes the works of L. D. Zinovieva-Annibal, whose childhood is presented in an unusual, often contradictory light. The similarity of approaches of Dostoevsky and Zinovieva-Annibal to the depiction of children's self-consciousness, children's cruelty and fantasies is noted. The works of Zinovieva-Annibal, written during the revolutionary events of 1905-1907, are also marked by the influence of Dostoevsky, his understanding of the ways of building a future just society. In this connection, the issues of freedom, overcoming individualism, and the tragic consequences of revolutionary violence are brought to the forefront. The stories "You Help!" and "Behind Prison bars" are in the center, in which the inner contradictions of the heroes are exposed, the split of personality and loss of self-identification are shown, which is confirmed by the establishment of the motive of the hero's inner conflict, similar to Raskolnikov, for whom the external punishment is only a reflection of the destruction of his inner world. The novelty of the article lies in the fact that the embodiment of Dostoevsky's ideological heritage in the work of Zinovieva-Annibal is studied comprehensively with reliance on the analysis of the image of the child and the image of the "underground man". As a result of the study it was found that the principles of Dostoevsky's poetics underlie the interpretation of the spiritual world of the heroes of Zinovieva-Annibal's works, which undoubtedly arose in the course of discussions with her husband, V.I. Ivanov, about the ideological and semantic content of Dostoevsky's works, who for the Symbolist poet was an iconic figure of Russian spiritual life.

Keywords: Crime and punishment, The Tragic Menagerie, overcoming individualism, No, Russian writer, Vyach. Ivanov, L. D. Zinovieva-Annibal, underground man, image of childhood, F. Dostoevsky

References (transliterated)

1. Ivanov Vyach. Dostoevskii: tragediya – mif – mistika. // Sob. soch.: v 4 t. T. 4. Bryussel', 1987. S. 483–588.
2. Fridlender G. V bor'be idei. Dostoevskii i sovremennom litetarure // Dostoevskii i mirovaya literatura. L., 1985. S. 9–91.
3. Ivanov Vyach. Novye maski // Sob. soch.: v 4 t. T. 2. Bryussel', 1974. 852 c.
4. Fridlender G. F. M. Dostoevskii i ego nasledie // Dostoevskii F. M. Sob. soch.: v 15 t. T. 1. L.: Nauka. Leningradskoe otdelenie, 1988. S. 5–30.

5. Dostoevskii F. M. Zapiski iz podpol'ya // Sob. soch.: v 30 t. T. 5. L.: Nauka. Leningradskoe otdelenie, 1973. C. 99–179.
6. Dostoevskii F. M. Bednye lyudi // Sob. soch.: v 30 t. T. 1. L.: Nauka. Leningradskoe otdelenie, 1972. C. 13–108.
7. Kharitonova E. V. Fenomen detstva v proze L. D. Zinov'evoi-Annibal. Dissertatsiya ... kandidata filologicheskikh nauk. Volgograd, 2012. 201 s.
8. Ivanov Vyacheslav, Zinov'eva-Annibal L. D., perepiska: 1894–1903. T. 2. M., 2009. 568 s.
9. Zinov'eva-Annibal L. D. Tridtsat' tri uroda: roman, rasskazy, esse, p'esy. M., 1999. 495 s.
10. Epshtein M. Yukina E. Obrazy detstva // Novyi mir 1979. № 12. S. 242–257.
11. Mikhailova M. V. Litsa i maski russkoi zhenskoi kul'tury Serebryanogo veka // Gendernye issledovaniya: Feministskaya metodologiya v sotsial'nykh naukakh. Khar'kov, 1998. S. 117–132. URL:http://az.lib.ru/p/petrowskaja_n_i/text_0030.shtml?ysclid=lcqs63kcyl470918874 (data obrashcheniya: 10.11.2024).
12. Mikhailova M. V. Strasti po Lidii // Zinov'eva-Annibal L. D. Tridtsat' tri uroda: roman, rasskazy, esse, p'esy. M., 1999. S. 5–24.
13. Etkind E. G. Pod mikroskopom romana («Prestuplenie i nakazanie») // «Vnutrennii chelovek» i vneshnyaya rech'. M., 1998. 448 s.
14. Barker E.N. Dionisiiskii simvol Serebryanogo veka: tvorchestvo L.D. Zinov'evoi-Annibal: dis. ... kand. filol. nauk. SPb., 2001. 238 s.
15. Zinov'eva-Annibal. L.D. Drama «Velikii Kolokol» / predisl. A. B. Shishkina, podgot. teksta N. A. Yakovlevoi i A. B. Shishkina // Vyacheslav Ivanov. Issledovaniya i materialy. Vyp. 4 / red.-sost. E.A. Takho Godi, A. B. Shishkin. M., Vodolei, 2024. S. 531–571.
16. Ivanov Vyach. Predislovie k sborniku «Net!» // Zinov'eva-Annibal L. D. Net! SPb., 1918. 110 s.

User assessment of the importance of online media in Russian-Chinese cooperation

Liu Sishuo 

PhD in Politics

Postgraduate student; Institute 'Higher School of Journalism and Mass Communications'; St. Petersburg State University

199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya nab., 7/9

✉ liusishuo@mail.ru

Blokhin Igor Nikolaevich 

Doctor of Politics

Professor; Institute 'Higher School of Journalism and Mass Communications'; St. Petersburg State University

199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya nab., 7/9

✉ i.blokhin@spbu.ru

Gurushkin Pavel Yurievich 

PhD in Politics

Associate Professor; Institute 'Higher School of Journalism and Mass Communications'; St. Petersburg State University

199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya nab., 7/9

✉ gurupavel@yandex.ru

Gromova Tamara Mihailovna 

PhD in Politics

Associate Professor; Institute 'Higher School of Journalism and Mass Communications'; St. Petersburg State University

199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya nab., 7/9

✉ t.gromova@spbu.ru

Abstract. The subject of the study is the importance of online media in Russian-Chinese cooperation. As part of the development of this topic, an empirical study was conducted in the form of a survey of Russian and Chinese respondents on the role of online media in Russian-Chinese cooperation. To analyze this problem, we used survey data from Russian and Chinese users. The sample of respondents from the Russian and Chinese sides is 300 people each. Respondents from both countries are equally interested in studying culture and mentality. Both study groups expressed a desire to keep abreast of the latest political developments in the neighboring country and a certain interest in cooperation. The high response of the respondents to the question that online media is a source of information about the cultural and political situation in the country of interest is significant. The methodological basis of the research was a structural and functional approach to the analysis of the role of network media in the processes of Russian-Chinese cooperation. Based on the results of the data obtained during the survey, as well as the analysis of theoretical material, a conclusion is drawn about the importance of the network media factor in modern Russian-Chinese cooperation. It can be noted that online media in China has become somewhat more widespread than in Russia. This trend may be related to the purposeful policy of the Chinese government regarding the digitalization of society, as well as the education system. An important factor in this case is the possibility of overcoming the language barrier not only through the development of modern methods of automatic translation of viewed pages, but also by conducting targeted publications in a foreign language. At the same time, the widespread introduction of artificial intelligence algorithms into online media is gradually making content accessible to people from all over the world, adapting it to the right language and intuitive interface.

Keywords: protection of personal information, personal data, Chinese media, media resource, mass information, media structure, Russian-Chinese cooperation, public opinion poll, digitalization, online media

References (transliterated)

1. Tszya Lezhun, Strovskii D. L., Sukhoret'skaya A. E. Vzaimodeistvie Kitaya i Rossii v sfere massovoi informatsii ot podkhoda «Rossiya kak model' dlya podrazhaniya» do ravnogo sotrudnichestva // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika. 2020. № 2. S. 85–115.
2. Chzhu Khueipin, Galaguzova Yu. N. Potentsial obrazovatel'nogo soobshchestva v ramkakh obucheniya «bazovomu russkomu yazyku» // Vestnik Shadrinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2024. № 1 (61). S. 177–184.
3. Krivokhizh, S. V. (2012). «Myagkaya sila» i publichnaya diplomatiya v teorii i vneshnepoliticheskoi praktike Kitaya. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Vostokovedenie i afrikanistika, 3, 103–112. Rezhim dostupa:

<https://aasjournal.spbu.ru/article/view/2424>

4. Vasil'ev A. V., Zaikov K. S., Zarubina L. A., Zashikhina I. M., Kusikholma T., Lyu Kh., Popkova S. V. Itogi raboty rossiisko-kitaiskogo ekspertnogo seminara «Razvitie nauchnoi diplomatii v Arktike v usloviyakh global'nykh vyzovov» // *Arktika i Sever*. 2024. № 55. S. 182–195.
5. Kokarev K. A., Komissina I. N., Svedentsov V. L. Politika «myagkoi sily» Kitaya v Azii // *Problemy natsional'noi strategii*. 2019. № 3 (54). S. 11–67.
6. Chzhan Shiyui, Nikonov S. B. Polyarizovannyi plyuralizm SMI Rossii i «upravlyaemaya otkrytost'» SMI KNR (2013) // *Vek informatsii (Setevoe izdanie)*, 2020. T. 4. № 4(13) sentyabr' 2020. Rezhim dostupa: [https://doi.org/10.33941/age-info.com44\(13\)6](https://doi.org/10.33941/age-info.com44(13)6)
7. Su Sh. Kitaisko-rossiiskii mediaforum kak platforma dlya razvitiya diplomaticheskikh otnoshenii / Sh. Su // *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politologiya. Religiovedenie*. 2023. T. 43. S. 63–70.
8. Syun Ikun'. Formirovanie obraza Kitaya v rossiiskikh SMI // *Nauka. Obrazovanie. Sovremennost'*. 2024. № 2. S. 63–66.
9. Van Syuemei, Chzhan Tszyi. Sotrudnichestvo mezhdru Sin'tszyanom Kitaya i Kyrgyzstanom v oblasti zdravookhraneniya: istoriya i budushchee // *Problemy vostokovedeniya*. 2024. Vyp. 104. № 2. S. 36–46.
10. Van Tszekai, Mel'nik G. S., Labush N. S., Baichik A. V. Mediaanaliz teksta o kitaiskoi strategii informatsionnoi voyny na primere opublikovannykh materialov // *Litera*. 2024. № 4. S. 174–181.
11. Kastel's M. Informatsionnaya epokha : Ekonomika, obshchestvo i kul'tura / Gos. un-t Vyssh. shk. ekonomiki; Per. s angl. pod nauch. red. O.I. Shkaratana. Moskva: GU VShE, 2000.
12. Dzhenkins G. Konvergentnaya kul'tura. Stolknovenie starykh i novykh media. Ripol-Klassik, 2019.
13. Sokolov A.V. Metateoriya sotsial'noi kommunikatsii. Ros. nats. b-ka. Sankt-Peterburg: RNB, 2001.
14. Zveryanskaya L. P. Organizatsionno-pravovoe obespechenie mezhdunarodnoi i natsional'noi informatsionnoi bezopasnosti: opyt Kitaiskoi Narodnoi Respubliki // *Trudy Instituta gosudarstva i prava Rossiiskoi akademii nauk*. 2017. № 5 (63). S. 196–214.
15. Puyu A. S., Nikonov S. B., Shafir T. V. Etap perekhoda k omnimedia v Kitaiskoi Narodnoi Respublike // *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaniya*. 2024. Vyp. 43. № 1. S. 25–34.
16. Shvyryaev P. S. Utechki konfidentsial'nykh dannykh: glavnyi vrug vnuti // *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik*. 2022. № 91. S. 226–241.
17. Pavlova T. V. Aktual'nye problemy konfidentsial'nosti v informatsionnom obshchestve // *Innovatsionnye aspekty razvitiya nauki i tekhniki*. 2021. № 10. S. 178–185.

Disinformation in the media: problems, challenges and solutions

Direev Ivan Dmitrievich 

Lecturer; Department of Communications; South Ural State University (National Research University)
Head of the service; Branch of VUNTS WS 'WA' in Chelyabinsk

Burdenyuk str., 6, Chelyabinsk, 454015, Russia

✉ tifey@udm.ru

Abstract. This author studied the issues of disinformation in the mass media. The reasons for the spread of disinformation, its impact on society and possible measures to reduce its impact are analyzed. Special attention is paid to the role of new technologies and social networks in spreading false information. In the era of globalization and the rapid development of information technology, information has gained key importance, influencing all aspects of public life. The media has become the main channel of information dissemination, shaping public opinion and influencing political processes. However, along with this, a serious problem has arisen — disinformation, the dissemination of false or distorted information for the purpose of manipulation. Disinformation in the media undermines public confidence in information sources, contributes to the polarization of opinions and leads to incorrect political decisions. With the rapid development of the Internet and social networks, fake news and manipulation are becoming more sophisticated and widespread, which raises serious concerns about the stability and security of society. The scientific novelty of the work lies in an interdisciplinary approach linking the theories of media interaction, cognitive psychology and political science. Unlike previous studies that focus on individual aspects (for example, fact-checking), this article considers disinformation as a systemic phenomenon that requires a multi-level response. The research hypothesis is that effective counteraction to disinformation is possible only with the synthesis of "hard" measures (platform regulation, AI moderation) and "soft" tools (media literacy, strengthening trust in expertise). This study sets the framework for a detailed analysis, emphasizing that disinformation is not just a technical problem, but a symptom of the deep social and political contradictions of the digital age. The article also focuses on the role of new technologies and social networks in spreading false information.

Keywords: public opinion, fact checking, manipulation, social networks, media, media education, fake news, mass media, disinformation, Internet

References (transliterated)

1. Bartenev D.G. Zapreshchennye professii dlya zhenshchin: novyi povod dlya dialoga Konstitutsionnogo Suda Rossii i Komiteta OON? / D.G. Bartenev // Mezhdunarodnoe pravosudie. – 2016. – № 3(19). – S. 37–47. – DOI: 10.21128/2226-2059-2016-3-37-47.
2. Burkova V.N., Butovskaya M.L. Koronafobiya, infodemiya i feiki vo vremya COVID-19 / V.N. Burkova, M.L. Butovskaya // Sibirskie istoricheskie issledovaniya. – 2023. – № 2. – S. 55–75. – DOI: 10.17223/2312461X/40/3.
3. Derevyanchenko A.A. Fal'sifikatsii na vyborakh v Gosudarstvennuyu dumu VIII sozyva v fokuse sotsial'nykh setei / A.A. Derevyanchenko // E-Scio. – 2022. – № 9(72). – S. 76–82.
4. Zotova L.A., Chetvertakova S.I. Analiz chastoty samostoyatel'nogo ispol'zovaniya patsientami s revmatologicheskoi patologiei sredstv netraditsionnoi i al'ternativnoi meditsiny v ambulatornoi klinicheskoi praktike / L.A. Zotova, S.I. Chetvertakova // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. – 2023. – № 2.
5. Leskova I.V., Zyazin S.Yu. Nedoverie k vaktsinatsii kak informatsionnyi vbros / I.V. Leskova, S.Yu. Zyazin // Problemy sotsial'noi gigieny, zdravookhraneniya i istorii meditsiny. – 2021. – № 29(1). – S. 37–40. – DOI: 10.32687/0869-866X-2021-29-1-37-40.
6. Matyuk Yu.S. Ugrozy tsifrovoy sredy v kontekste podderzhaniya doveriya k gosudarstvennym institutam / Yu.S. Matyuk // Aziatsko-Tikhookeanskii region: ekonomika, politika, pravo. – 2023. – T. 25, № 2. – S. 50–55. – DOI: 10.24866/1813-3274/2023-2/50-55.

7. Murasheva S.V. Sotsial'nye konflikty kak prichiny i sledstviya protivorechii v rossiiskom obshchestve / S.V. Murasheva // Society and Security Insights. – 2021. – № 2. – S. 151–164. – DOI: 10.14258/ssi(2021)2-12.
8. Panishchev A.L., Sapronov A.V. Faktory sotsial'noi polyarizatsii / A.L. Panishchev, A.V. Sapronov // Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment. – 2019. – T. 9, № 4(33). – S. 175–182.
9. Fedorov V.Kh., Sheikhova M.S., Safonova S.G., Kuvichkin N.M. Vliyanie gendernykh stereotipov na formirovanie i effektivnost' funktsionirovaniya rossiiskogo rynka truda / V.Kh. Fedorov, M.S. Sheikhova, S.G. Safonova, N.M. Kuvichkin // Moskovskii ekonomicheskii zhurnal. – 2021. – № 12. – S. 447–453. – DOI: 10.24412/2413-046Kh-2021-10724.
10. Fel'dman P.Ya., Fedyakin A.V., Ezhov D.A. Tekhnologii vmeshatel'stva v vybory: nauchnoe osmyslenie v poiskakh semanticheskoi opredelennosti / P.Ya. Fel'dman, A.V. Fedyakin, D.A. Ezhov // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya. – 2019. – № 50. – S. 210–218. – DOI: 10.17223/1998863x/50/18.
11. Frolova V.I. Provokativnye strategii v zagolovochnom komplekse mediateksta: eticheskii aspekt / V.I. Frolova // Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva. – 2018. – T. 1, № 1. – S. 152–162.
12. Allcott H., Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election / H. Allcott, M. Gentzkow // Journal of Economic Perspectives. – 2017. – Vol. 31, No 2. – P. 211–236. – DOI: 10.1257/jep.31.2.211.
13. Bakshy E., Messing S., Adamic L.A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook / E. Bakshy, S. Messing, L.A. Adamic // Science. – 2015. – Vol. 348, No 6239. – P. 1130–1132. – DOI: 10.1126/science.aaa1160.
14. Benkler Y., Faris R., Roberts H., Zuckerman E. Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics / Y. Benkler et al. – Oxford University Press, 2018. – 528 p.
15. Chesney B., Citron D.K. Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security / B. Chesney, D.K. Citron // California Law Review. – 2019. – Vol. 107, No 6. – P. 1753–1790.
16. Eagly A.H., Karau S.J. Role congruity theory of prejudice toward female leaders / A.H. Eagly, S.J. Karau // Psychological Review. – 2002. – Vol. 109, No 3. – P. 573–598. – DOI: 10.1037/0033-295X.109.3.573.
17. Grady R.H., Ditto P.H., Loftus E.F. Nevertheless, partisanship persisted: fake news warnings help briefly, but bias returns with time / R.H. Grady, P.H. Ditto, E.F. Loftus // Cognitive Research: Principles and Implications. – 2021. – Vol. 6, Article 52. – DOI: 10.1186/s41235-021-00315-z.
18. Guess A.M., Nagler J., Tucker J.A. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook / A.M. Guess, J. Nagler, J.A. Tucker // Science Advances. – 2019. – Vol. 5, No 1. – DOI: 10.1126/sciadv.aau4586.
19. Howard P.N., Kollanyi B., Bradshaw S., Neudert L.-M. Social media, news and political information during the US election: Was there a bot problem? [Electronic resource] / P.N. Howard et al. // Oxford Internet Institute. – URL: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/research/us-political-bots/> (data obrashcheniya: 29.01.2025).
20. Iyengar S., Sood G., Lelkes Y. Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization / S. Iyengar, G. Sood, Y. Lelkes // Public Opinion Quarterly. – 2012. – Vol.

- 76, No 3. – P. 405–431. – DOI: 10.1093/poq/nfs038.
21. Levitsky S., Ziblatt D. *How Democracies Die* / S. Levitsky, D. Ziblatt. – Crown, 2018. – 320 p.
 22. McChesney R.W., Nichols J. *The Death and Life of American Journalism: The Media Revolution that Will Begin the World Again* / R.W. McChesney, J. Nichols. – Nation Books, 2010. – 288 p.
 23. McGrew S., Breakstone J., Ortega T., Smith M., Wineburg S. Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning / S. McGrew et al. // *Theory & Research in Social Education*. – 2018. – Vol. 46, No 2. – P. 165–193. – DOI: 10.1080/00933104.2017.1416320.
 24. Mutz D.C. *Hearing the Other Side: Deliberative versus Participatory Democracy* / D.C. Mutz. – Cambridge University Press, 2006. – 328 p.
 25. Newman N., Fletcher R., Schulz A., Andl S., Nielsen R.K. *Reuters Institute Digital News Report 2020* [Electronic resource] / N. Newman et al. // Reuters Institute for the Study of Journalism. – URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (data obrashcheniya: 29.01.2025).
 26. Norris P. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide* / P. Norris. – Cambridge University Press, 2001. – 312 p.
 27. Nyhan B., Reifler J. The effect of fact-checking on elites: A field experiment on US state legislators / B. Nyhan, J. Reifler // *American Journal of Political Science*. – 2019. – Vol. 63, No 3. – P. 547–564. – DOI: 10.1111/ajps.12423.
 28. Pennycook G., Rand D.G. The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings / G. Pennycook, D.G. Rand // *Management Science*. – 2019. – Vol. 66, No 11. – P. 4944–4957. – DOI: 10.1287/mnsc.2019.3478.
 29. Roser M., Ritchie H., Ortiz-Ospina E., Hasell J. *Coronavirus Pandemic (COVID-19)* [Electronic resource] / M. Roser et al. // Our World in Data. – URL: <https://ourworldindata.org/coronavirus> (data obrashcheniya: 29.01.2025).
 30. Shiller R.J. *Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events* / R.J. Shiller. – Princeton University Press, 2019. – 352 p.
 31. Silverman C. Lies, damn lies, and viral content: How news websites spread (and debunk) online rumors, unverified claims, and misinformation [Electronic resource] / C. Silverman // Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. – URL: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8QF8NFJ> (data obrashcheniya: 29.01.2025).
 32. Tandoc E.C., Lim Z.W., Ling R. Defining «fake news» / E.C. Tandoc, Z.W. Lim, R. Ling // *Digital Journalism*. – 2018. – Vol. 6, No 2. – P. 137–153. – DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143.
 33. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online / S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral // *Science*. – 2018. – Vol. 359, No 6380. – P. 1146–1151. – DOI: 10.1126/science.aap9559.
 34. Wardle C., Derakhshan H. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* [Electronic resource] / C. Wardle, H. Derakhshan // Council of Europe. – URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and/1680767afe> (data obrashcheniya: 29.01.2025).
 35. West J. *Deepfakes and the new disinformation war: The coming age of post-truth geopolitics* [Electronic resource] / J. West // *Foreign Affairs*. – URL:

<https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2019-01-15/deepfakes-and-new-disinformation-war> (data obrashcheniya: 29.01.2025)

Creating the effect of presence in mobile broadcasts of the main media during emergency events

Zhou Shengnan

Postgraduate student; Institute of Higher School of Journalism and Mass Communications; St. Petersburg State University

199034, Russia, St. Petersburg, line 26, V.O., 7, sq. 12

✉ 3272613629@qq.com



Abstract. In the era of mobile Internet, smart devices provide the ability to quickly disseminate information. In emergency situations, mainstream media use mobile technologies to promptly cover events through live broadcasts, which has become an important channel for informing the society. Mobile live broadcasting is divided into fast and slow depending on the content update and audience interaction. The integration of augmented and virtual reality technologies enhances the effect of presence, allowing for a closer connection between viewers and victims. However, this also places new demands on the professionalism of journalists and the reliability of the information provided, which can lead to the spread of rumors. The main objective of this paper is to investigate how mainstream media create the effect of presence in mobile broadcasts by analyzing the content delivery mode, updating technologies and audience mobilization. This study identifies gaps in the theoretical basis for constructing the feeling of presence in live broadcasts based on a systematic review of the literature on this topic. Case studies, empirical research and content analysis are used to study the communication characteristics of modern technologies and their impact on the effectiveness of informing in mobile broadcasting during emergency situations. Empirical research shows that mobile live broadcasting has several advantages: firstly, it is more flexible to carry and shoot, which reduces the workload of journalists; secondly, the lens allows recording events from different angles and carrying out various live broadcasts; thirdly, the continuous presence of mobile reporting in real time minimizes the loss of relevant information, increasing the completeness and reliability of emergency content. It is obvious that the flexibility of mobile equipment and the multidimensional nature of live broadcasting significantly increase the audience's trust in the media. In this regard, the mainstream media needs to adapt to modern challenges and continuously improve the quality of news coverage in order to effectively protect the public interest and meet the needs of their audiences.

Keywords: news reports, professional skills of a reporter, The authority of information, emergency situations, mobile live streaming, the effect of presence, Media, smart devices, The Internet era, mass public opinion

References (transliterated)

1. Maklyuen M. Ponimanie Media: vneshnie rasshireniya cheloveka / perevod s angliiskogo V. G. Nikolaeva. M.: Giperboreya; Kuchkovo pole, 2007.
2. Lyu Chzhi, Ma Fanfei. Mobil'noe pryamoe veshchanie: proizvodstvo videonovostei i reinzhiniring kommunikatsionnykh stsen // Kitaiskii zhurnal radio i televideniya. 2022. № 6. S. 60–64.
3. Thomas B. Sheridan. Musings on Telepresence and Virtual Presence // Presence

- Teleoperators & Virtual Environments. 1992. № 1(1). Pp. 120–125.
4. Chzhan Sin'khuei. Zhivaya mobil'naya zhurnalistika ne dolzhna byt' takoi kholodnoi // Molodoi reporter. 2021. № 22. S. 125–128.
 5. Chzhan Shisyuan'. Izmeneniya i innovatsii pryamogo televizionnogo diskursa v epokhu mobil'nogo interneta // Entuziast zhurnalistiki. 2021. № 6. S. 46–48.
 6. Mezhdru khaipom i zdravym smyslom: kak SMI osveshchayut chrezvychainye situatsii. RIA Novosti. 2020. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://sn.ria.ru/20180614/1522453552.html> (data obrashcheniya: 12.11.2024)
 7. Uvarova M. O. Diskursivnye praktiki konstruirovaniya chrezvychainogo sobytiya v presse / M. O. Uvarova // Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta: Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury. 2007. T. 52, № 22. S. 140–149.
 8. Lyan Shuan, Yui Guomin. Novyi landshaft mobil'nykh pryamykh translyatsii: evolyutsiya modeli, emotsional'naya tsennost' i relyatsionnaya svyaz' // Zhurnal universiteta Suchzhou (izdanie po filosofii i sotsial'nym naukam). 2021. № 4. S. 162–171.
 9. Yastremskaya Yu. A. Kontrast kak osnovnoi priem osveshcheniya chrezvychainykh proisshествii v media / Yu. A. Yastremskaya, Yu. A. Shupletsova // Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya. 2019. № 6(79). S. 412–414. DOI: 10.24411/1991-5497-2019-10177.
 10. Live Streaming History: A Look Back at the Evolution of Real-Time Content // SchoolTube Community. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.schooltube.com/live-streaming-history-a-look-back-at-the-evolution-of-real-time-content/> (data obrashcheniya: 06.11.2024)
 11. Joe Saltzman. Broadcast essay: live television changed the way we saw the world // Journalism History. 2023. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://journalism-history.org/2023/06/19/broadcast-essay-live-television-changed-the-way-we-saw-the-world/> (data obrashcheniya: 06.11.2024)
 12. Forecast number of mobile users worldwide from 2020 to 2025. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.statista.com/statistics/218984/number-of-global-mobile-users-since-2010/> (data obrashcheniya: 15.11.2024)
 13. Number of internet and social media users worldwide as of October 2024. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (data obrashcheniya: 15.11.2024)
 14. Best News Apps for 2024. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://stfalcon.com/en/blog/post/10-best-news-apps>. (data obrashcheniya: 15.11.2024)
 15. Yuan' Tszinyan'. Mediiintegratsiya v pryamoi translyatsii ekstremnykh novostei // Industriya kul'tury. 2024. № 2. S. 91–93.
 16. Shen' Binchzhun. Izuchenie mobil'nogo razvitiya mestnykh veshchatel'nykh SMI v perspektive platformy: na primere Tszyasinskoi radiotelevizionnoi stantsii «Khedian'dian» // Zhurnal kitaiskogo radio i televideniya. 2023. № 5. S. 100–103.
 17. Thomas W. Schubert. The sense of presence in virtual environments: A three-component scale measuring spatial presence, involvement, and realness // Medienpsychologische Methoden. 2003. No. 2. Pp. 69–71.
 18. Luis Almeida, Paulo Menezes, Jorge Dias. Augmented Reality Framework for the Socialization between Elderly People // Handbook of Research on ICTs for Human-Centered Healthcare and Social Care Services, 2013. P. 19.
 19. Kuksin I. A. Kommunikativnye priority SMI pri osveshchenii chrezvychainykh situatsii / I. A. Kuksin // Vek informatsii. 2016. № 2. S. 98–101.
 20. Koroleva M. N. Kontent-strategii rossiiskikh onlain-SMI v opisanii travmogennykh

- sobytii / M. N. Koroleva // Medi@l'manakh. 2023. № 1(114). S. 86–93. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2023.8693.
21. Koroleva M. N. Podkhody rossiiskikh onlain-SMI k opisaniyu stressogennykh sobytii / M. N. Koroleva // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika. 2023. № 1. S. 93–97.
 22. Sya Lu. Stsenarii primeneniya i puti razvitiya medlennoi pryamoi translyatsii v epokhu vsekh media // Media. 2023. № 22. S. 57–60.
 23. Lyu Tao, Khuan Tin. Integratsiya prostranstvennoi narrativnoi formy i yazyka zhurnalistiki: na osnove perspektivy tsifrovyykh narrativov // Zhurnalistika i pisatel'stvo. 2023. № 2. S. 56–57.
 24. V chem raznitsa mezhdu VR i AR? // RBK. 2020. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/5db179279a79472d7aa9e58a?ysclid=m3h8i2u7e2817062251&from=copy> (data obrashcheniya: 14.11.2024).
 25. Lyu Veikhua. Tri krupneishikh natsional'nykh SMI SShA budut ispol'zovat' AR/VR dlya osveshcheniya prezidentskikh vyborov v SShA // Nweon. 2024. № 5. S. 71–78.
 26. Makarushkina N. A. Osveshchenie v sredstvakh massovoi informatsii avariinoi posadki A321 pod Zhukovskim / N. A. Makarushkina // Forum molodykh uchenykh. 2020. № 2(42). S. 170–173.
 27. Myalkovskaya O. V. Rol' "goryachei linii" v period kontinual'nykh obshchestvenno znachimykh chrezvychainykh situatsii / O. V. Myalkovskaya, Z. I. Kekelidze // Rossiiskii psikhiatricheskii zhurnal. 2006. № 1. S. 26–28.

China's Image in the People's Daily Newspaper on the Russian Platform VK

Chen Zhe

PhD in Philology

Postgraduate student; Institute of Higher School of Journalism and Mass Communications; St. Petersburg State University

462321, China, Henan Province, Luohe, Hanjiang St., Yunxinbojueshan

✉ zhe.chen@mail.ru



Abstract. The subject of this study is the analysis of content published by the official account of *People's Daily* on the VK platform, aimed at promoting a positive image of China among the Russian audience. The research covers publications from January to September 2024 and includes thematic and quantitative analysis to identify key communication strategies. Focus is placed on content formats, user engagement levels, and cultural adaptation of materials. The study is based on the theoretical foundations of intercultural communication, uses and gratification theory, and framing theory. Results emphasize the importance of content localization, multimedia elements, and cultural context in effective communication with the Russian audience. The study also provides recommendations for improving external communication strategies. Methods of content and thematic analysis are applied, using Popster software to examine the official *People's Daily* account's publications on VK. The analysis aims to identify key themes, content formats, and engagement levels of the Russian audience. The scientific novelty lies in the development of a comprehensive approach to studying digital communication on the VK platform, revealing the relationship between content type, presentation format, and audience engagement levels. The use of thematic modeling (LDA) for classifying publications highlights the importance of personalized interaction

strategies in intercultural communication. The study demonstrates how adapting foreign economic communications to the local cultural and cognitive characteristics of the Russian audience improves perception and increases engagement. Practical recommendations are proposed, including the use of gamification, interactive events, and multimedia content creation, which help boost user interest. These findings contribute to expanding knowledge about the processes of building national image in the context of global digitalization. The work can serve as a foundation for developing effective media strategies that consider cultural context and platform-specific interaction.

Keywords: China, VK, content analysis, social network, People's Daily, image, authority, intercultural communication, digital media, communication strategies

References (transliterated)

1. Tszu Detsyan, Yan Bovei. Mezhdunarodnyy i vneshniy: logika granits issledovaniya propagandy global'nogo Kitaya // Zhurnal global'nykh media. 2024. № 3. С. 158-171.
2. Lo Tszyun'li. Trekhmernyy podkhod k rasprostraneniyu mezhdunarodnogo imidzha Kommunisticheskoy partii Kitaya // Teoreticheskie gorizonty. 2024. № 8. С. 78-84.
3. Tszyan' Fei. Perspektiva rasprostraneniya mezhdunarodnoy ritoriki Kitaya v novom vremeni // Zhurnal global'nykh media. 2023. № 4. С. 6-17.
4. Soynya Yuliya. Osobennosti ispol'zovaniya sotsial'nykh media studentami Rossii – na primere V Kontakte // Mezhdunarodnye media. 2020. № 8. С. 96-97.
5. Sin Lidzyu, Chzhao Tszin. Novye media i mezhdunarodnoye rasprostraneniye imidzha Kitaya // Sovremennyye mezhdunarodnye otnosheniya. 2021. № 11. С. 51-61.
6. Kuan Ven'bo. Chto takoe novye media? // Zhurnal novostey i pis'ma. 2012. № 7. С. 24-27.
7. Bykova E. V. Rechevaya struktura modul'nogo teksta. RGGMU. Sankt-Peterburg. 2011. С. 225.
8. Shtig Shava. Perevod: Lyu Tszun, Fan Isin. «Mediatsiya: rol' media v sotsial'nykh izmeneniyakh» // Zhurnal Shan'siiskogo universiteta (Filosofiya i obshchestvennyye nauki). 2015. № 5. С. 59-69.
9. Khol, Edvard T. Molchalivyy yazyk. N'yu-York: Doubleday. 1959. 186 c.
10. Chen' Syan'khun. Ot temy k strategii: postroyeniye mezhdunarodnoy sistemy rasprostraneniya narrativa o kitayskoy natsii // Zhurnal global'nykh media. 2024. № 3. С. 144-157.
11. Syui Tsintsin. Analiz primeneniya sotsial'nykh media v kross-kul'turnoy kommunikatsii // Issledovaniya kommunikatsii. 2024. С. 248-249.
12. Syui Min'lin, Den Loyao, Lin' Sytun. Tsifrovizatsiya mezhdunarodnogo rasprostraneniya kitayskoy traditsionnoy kul'tury i puti ee razvitiya – na primere naslediya Chaoshanskogo tantsa // Kitayskii etnograficheskii zhurnal. 2024. № 4. С. 54.
13. Dai Khuain. Issledovaniye kross-kul'turnoy kommunikatsii kratkosrochnykh videorolikov kitayskikh SMI v mezhdunarodnoy propagande – na primere People's Daily, New China TV, CGTN, Sixth Tone // Zhurnal sovremennykh media. 2024. № 6. С. 14-17.
14. Blyumler, Dzh. G., Kats, E. Ispol'zovaniye massovykh kommunikatsii: Sovremennyye perspektivy issledovaniya udovletvorenii // Sage Annual Reviews of Communication Research. 1974. Tom 3.
15. Goffman, E. Analiz freimov. Esse o organizatsii opyta // Contemporary Sociology. 1981. 4(6): 1093-a-1094.

16. Khu An', Chen' Bin'. Analiz effektivnosti vneshnei kommunikatsii natsional'nykh tem: na primere freiminga initsiativy «Odin poyas, odin put'» na zarubezhnykh sotsial'nykh media // Redaktorskii drug. 2018. № 12. C. 75-78, 90.
17. Ni Ven'tszin. Issledovanie tsifrovoy diplomaticheskoi strategii Zhen'min' zhibao na rossiiskoi sotsial'noi platforme VK (2020-2021), masterskaya dissertatsiya. Tsentral'no-Yuzhnyi finansovo-ekonomicheskii universitet. 2023. S. 63.
18. Chzhan Lichun. Issledovanie propagandy Zhen'min' zhibao v rossiiskikh sotsial'nykh media – na primere akkaunta Zhen'min' zhibao v Vkontakte // Issledovaniya novykh media. 2020. № 10. C. 40-43.
19. Shan Yue. V usloviyakh ukrainskogo krizisa Rossiya uskorila svoi «povorot na Vostok» // Sovremennye mezhdunarodnye otnosheniya. 2023. № 4. C. 5-23.
20. Chzhu In''in. Strategii realizatsii kul'turnoi empatii v mezhdunarodnom obshchenii // Zhurnal sotsial'nykh nauk Kharbinskogo pedagogicheskogo universiteta. 2022. № 6. S. 160-167.

Content Marketing as a Tool for Promoting Mass Media Brand

Baranova Ekaterina Andreevna

Doctor of Philology

Professor, Department of Communication Management and Relationship Management, RSSU

4 Wilhelm Peak str., Moscow, 129226, Russia

✉ kat-journ@yandex.ru



Abstract. With the rise of social media, content marketing has become one of the essential tools for achieving success in online marketing campaigns. Successfully promoting an organization through the free distribution of useful content that meets user needs builds trust in the brand and increases its expertise. Business promotion using Mass Media began in 1924. At that time, the American company Sears launched its own radio program aimed at farmers. In the 21st century, the media began to actively use content marketing tools to attract audiences to their Internet resources and thus increase awareness of their own brands. This article examines content marketing as a tool for promoting a media company in the digital environment. The author analyzes the content of the media with valuable (often at the everyday level) information for the consumer, which is good to share on social networks (stories - useful household tips; online tests; posts on social networks of media companies with images of animals, natural phenomena) etc.

Today, ideas about the functions of the media in society have transformed. The audience began to be viewed not as a passive recipient, but as a communication partner.

The author comes to the conclusion that in the condition of traditional media crisis in the Internet space, traditional methods of creating media products and marketing technologies begin to interact harmoniously.

Gamification in the context of media practice significantly influences the way journalistic content is presented and how it is perceived. A variety of Mass Media actively use entertaining, "light" content, focusing on attracting a larger number of users, due to which the quality of published information often suffers.

Content marketing is also actively used by healthcare companies to convey their strengths, missions, and values.

Keywords: Online Tests, Collection materials, Viral content, Shareable Content, Relevant Content, Promotion of a media company, Content Marketing, Fake-News, Media Brand Image,

References (transliterated)

1. Kovaleva I.V., Chubatyuk E. Razvitie internet-marketinga v prodvizhenii tovarov na rynke: teoreticheskii aspekt // *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*. 2019. № 7. S. 63–68.
2. Rouz R., Pulitstsi D. Upravlenie kontent-marketingom. Prakticheskoe rukovodstvo po sozdaniyu loyal'noi auditorii dlya vashego biznesa. – M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2014. – 229 c.
3. Babaeva A.A. Virusnyi kontent v sotsial'nykh setyakh kak instrument vovlecheniya (strukturno-funktsional'nye, zhanrovo-tematicheskie i stilisticheskie zakonomernosti sozdaniya i realizatsii): diss. kand. Filol. Nauk. 2022. 217 s.
4. Baranova E.A. Vse, chto Vy dolzhny znat', esli khotite razvivat' infografiku na gazetnom saite // *Mediaskop*. 2013. № 4. S. 3.
5. Baranova E.A. Novye formy predstavleniya kontenta na saitakh rossiiskikh gazet // *Vestnik Volzhskogo gosudarstvennogo universiteta im. V.N. Tatishcheva*. 2016. № 3. S. 115-119.
6. Pulya V. Zhurnalist-dirizher i pyat' urovnei vospriyatiya media // *Mediakonvergentsiya, kotoraya izmenila mir? / Sbornik statei k otkrytoi sessii po mediakonvergentsii; pod red. M.S. Korneva*. M. 2014. – S. 80-84.
7. Baranova E. A. Konvergentnaya zhurnalistika: uchebnoe posobie dlya vuzov. 2-e izd., pererab. i dop. M.: Yurait, 2023. – 156 c.
8. Stelzner. M. Kontent-marketing. Novye metody privlecheniya klientov v epokhu interneta; per. s angl. D. Baimukhametovoi i O. Terent'evoi. – 2-e izd. – M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2013. – 275 c.
9. Ustinov V.V. Aktual'nye tendentsii razvitiya SMM-kopiraitinga v SMI // *Znak*. № 3 (37). 2020. S. 250-253.
10. Strogova E.S. Sravnitel'nyi analiz materialov mezhdunarodnykh informagentstv «Rossiya segodnya» i «Reuters»: diss. kand. Filol. Nauk. 2022. 172 s.
11. Timofeev O. V. Postpravda: populyarnoe slovo i novoe yavlenie v massovykh kommunikatsmyakh // *Tvorchestvo, professiya, industriya: mat Mezhdunar. nauch.-prakt. konferentsii «Zhurnalistika v 2017 godu»*. Moskva: MediaMir. 2018. S. 73-74.
12. Murav'eva O. V. Feik-n'yus kak novoe mediabudushchee // *Tvorchestvo, professiya, industriya: mat. Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. «Zhurnalistika v 2017 godu»*. M.: MediaMir. 2018. S. 17-18.
13. Denning S. Arta povestirii în afaceri. Un ghid pentru lideri. Bucuresti: Ed Publica. 2011. 472 p.
14. Korsunskaya M. V. Dinamika vzaimodeistviya SMI i auditorii: Kontent-analiz rossiiskoi pressy v ekstremal'noi situatsii: dis. kand. Sotsiol. Nauk. 2006. 177 c.
15. Saulite L., Sceulovs D., Pollak F. The Influence of Non-Product-Related Attributes on Media Brands' Consumption // *Journal of Open Innovation-Technology, Market, and Complexit*. № 8 (3). 2022. P. 23.
16. Galan, L.; Osserman, J.; Parker, T.; Taylor, M. How Young People Consume News and The Implications for Mainstream Media; Reuters Institute for the Study of Journalism: Oxford, UK, 2019. 62 p.
17. Ratnikov K.V. Kommercheskaya i tvorcheskaya sostavlyayushchie russkoi zhurnalistiki: Mnenie S. P. Shevyreva o sootnoshenii «slovesnosti» i «torgovli» v zhurnalistiskoi

Risks and Governance Paths of Generative Artificial Intelligence in Mainstream Media Communication

Ma Fei

Postgraduate student; Faculty of Philology; RUDN University

Mklukho-Maklaya str., 6, Moscow, 117198, Russia

✉ 1042238104@pfur.ru



Bulgarova Bella Akhmedovna

PhD in Philology

Associate Professor; Department of Mass Communications; RUDN University

Mklukho-Maklaya str., 6, Moscow, 117198, Russia

✉ bulgarova-ba@rudn.ru

Chen Fenglan

Postgraduate student; Faculty of Philology; RUDN University

Mklukho-Maklaya str., 6, Moscow, 117198, Russia

✉ 1042238094@rudn.ru

Mondal Papiya

Postgraduate student; Faculty of Philology; RUDN University

Mklukho-Maklaya str., 6, Moscow, 117198, Russia

✉ 1042235023@pfur.ru

Abstract. The rapid development of generative artificial intelligence has allowed humanity to witness significant changes in artificial intelligence technology in terms of capabilities and functionality, and its powerful capacity for self-learning, self-control, and evolution has gradually ushered in a new era of generalized artificial intelligence. At the same time, it also indicates that people will enter into a more complex and risky intellectual system. The gradual and widespread use of generative AI in major media communications opens up great development opportunities for the media sphere, on the one hand, and risky tasks – on the other. The subject of this research is generative artificial intelligence. The object of the research is an in-depth analysis of the risks and management trajectories of generative artificial intelligence in the main media of mass communication. This study used a comprehensive methodology based on the method of literary analysis, observation, as well as the method of forecasting and data comparison. The scientific novelty of the study lies in the fact that the authors analyze the risks associated with generative AI in the mainstream media, namely: data privacy and security, the risk of manipulating public opinion through false information, and the problem of public trust in the media. The authors of the study propose a risk management path in terms of political leadership, regulation and technology, global cooperation and literacy, contributing to the safe, reliable and healthy development of generative AI in the mainstream media. As AI technologies are constantly being transformed, this research is quite promising and makes a scientific contribution to the general analysis and pool of research related to the use of AI in the field of media, risks, danger and ethical issues.

Keywords: interaction, development, trust, technological, disinformation, media, artificial intelligence, generative, human, communication

References (transliterated)

1. Li K. Preimushchestvo iskusstvennogo intellekta v tekhnologicheskoi gegemonii SShA i izmenenie global'nykh tsepochek sozdaniya stoimosti // Issledovaniya v oblasti mezhdunarodnykh otnoshenii. 2020. № 1. S. 26-50, 155.
2. Agraval A., Gans Dzh., Goldfarb A. Ekonomicheskaya politika v oblasti iskusstvennogo intellekta // Innovatsionnaya politika i ekonomika. 2019. № 19 (1). S. 139-159.
3. Yu G.M., Su Dzh.U. Kommunikatsionnaya revolyutsiya i mediaekologiya na volne generativnogo iskusstvennogo intellekta - ot obshcheniya k budushchemu v epokhu total'nogo intellekta // Zhurnal Sin'tszyanskogo pedagogicheskogo universiteta (izdanie po filosofii i sotsial'nym naukam). 2023. № 5. S. 81-90.
4. Yao Z.V., Li Z.L. Pravovoe regulirovanie riskov, svyazannykh s sodержaniem generativnogo iskusstvennogo intellekta // Zhurnal Sian'skogo universiteta Tszyaotun (izdanie po sotsial'nym naukam). 2023. № 5. S. 147-160.
5. Kuang U.B., Tszyan Z.V. Novoe kachestvo produktivnosti intellektual'nykh MEDIA: teoreticheskaya konnotatsiya, operatsionnaya logika i puti realizatsii // China Editing. 2024. № 7. S. 29-35.
6. Chen G. Issledovanie izmenenii i razvitiya kommunikatsii, osnovannykh na generativnom iskusstvennom intellekte: na primere ChatGPT // Academia. 2024. № 6. S. 62-69.
7. Tsze K.T., Yan Dzh.G. i Niu Kh.K. Obsuzhdenie v usloviyakh glubokoi konvergentsii MEDIA: stiranje granits, sinerhiya i riski // Publikatsiya v shirokom masshtabe. 2023. № 11. S. 32-36.
8. Chzhao G., Sun' G. i Van K.Yu. Riski, vozmozhnosti i innovatsionnye puti formirovaniya novoi modeli gospodstvuyushchego obshchestvennogo mneniya s točki zreniya generativnogo iskusstvennogo intellekta // Kitaiskii zhurnal radio i televideniya. 2023. № 8. S. 37-40, 59.
9. Yan Eires. Analiz bol'shikh dannyykh i prinyatie reshenii. Gun Syanchzhen', perevod. Pekin: People's Posts and Telecommunications Press, 2016.
10. Fan Kh.D., Chzhun Kh.M. Obsuzhdenie kontseptsii intellektual'nykh media i intellektual'noi kommunikatsii - smena paradigmy kommunikatsii v usloviyakh dvoynoi dilemmy zavisimosti ot puti i tekhnologicheskogo mifa // Modern Publishing. 2022. № 3. S. 42-56.
11. Tsi S.Kh. Issledovanie po upravleniyu informatsionnym tumanom v ES v kontekste tsifrovogo suvereniteta // Teoriya i praktika razvedki. 2021. № 44(9). S. 74-81, 96.
12. Pen Z.Kh. O zakreplenii, transformatsii i pereosmyslenii kontseptsii dezinformatsii v kitaiskom kontekste // Teoriya i praktika razvedki. 2022. № 45 (1). S. 1-10.
13. Van Kh.N., Dong K.Kh. i Song Z.Dzh. Obzor issledovaniy po predotvrashcheniyu dezinformatsii i bor'be s nei v sotsial'nykh setyakh // Zhurnal upravleniya informatsionnymi resursami. 2022. № 12 (5). S. 102-113.
14. God, kogda iskusstvennyi intellekt usilil dezinformatsiyu: obzor NewsGuard za 2023 god. NewsGuard. URL: <https://www.newsguardtech.com/misinformation-monitor/december-2023>.
15. Chto takoe "Glubokie poddelki" i chem oni mogut byt' opasny, 14 oktyabrya 2019 goda. URL: <https://www.cnn.com/2019/10/14/what-is-deepfake-and-how-it-might-be->

dangerous.html. 16 dekabrya 2024 goda.

16. Song U. Riski i upravlenie media-organizatsiyami v kontekste intellektual'noi kommunikatsii // Media-forum. 2024. № 22. S. 29-31.
17. Koulter M., Mukerdzhi S. Za vyzovom zakonodatelei ES obuzdat' chat-boty i generativnyi iskusstvennyi intellekt. 2020. URL: <https://financialpost.com/pmn/business-pmn/behind-eu-lawmakers-challenge-to-rein-in-chatgpt-and-generative-ai>.
18. Van Yu. Sovet Bezopasnosti OON provodit pervoe zasedanie, posvyashchennoe riskam, svyazannym s iskusstvennym intellektom, i eshche 11 drugim // Mir Interneta. 2023. № 8. S. 48-53.
19. Yao Z.V., Li Z.L. Pravovoe regulirovanie riskov, svyazannykh s sodержaniem generativnogo iskusstvennogo intellekta // Zhurnal Sian'skogo universiteta Tszyaotun (izdanie po sotsial'nym naukam). 2023. № 5. S. 147-160.
20. Song U. Riski i upravlenie media-organizatsiyami v kontekste intellektual'noi kommunikatsii // Media-forum. 2024. № 22. S. 29-31.
21. Chen R., Tszyan Yu.Kh. Issledovanie po upravleniyu generativnym II: na primere ChatGPT. Nauchnye issledovaniya. 2024. № 1. S. 21-30.
22. Yao Z.V., Li Z.L. Pravovoe regulirovanie riskov, svyazannykh s sodержaniem generativnogo iskusstvennogo intellekta // Zhurnal Sian'skogo universiteta Tszyaotun (izdanie po sotsial'nym naukam). 2023. № 5. S. 147-160.
23. Gilster P. Tsifrovaya gramotnost'. John Wiley & Sons, Inc., 1. 1997.
24. Natsional'noe informatsionnoe byuro Kitaiskoi Narodnoi Respubliki po Internetu. Plan deistvii po povysheniyu tsifrovoi gramotnosti i navykov vsekh lyudei. URL: https://www.cac.gov.cn/2021-11/05/c_1637708867754305.htm?eqid=cbf2299d0000083e00000003642c005d.
25. Chzhan Dzh.K. Intellektual'noe upravlenie SMI: potentsial'nye riski i adaptatsiya iskusstvennogo intellekta dlya razvitiya mediaindustrii // Seriya lektsii Don'yue. 2023. № 12. S. 65-72.
26. Chzhou Yu.Yu. Problemy sudebnykh uslug, osnovannykh na intellektual'nykh tekhnologiyakh, i otvet na nikh // Vostochnoe pravo. 2019. № 5. S. 14-19.
27. Tou Kh.D. O riskakh bezopasnosti dannykh i gibkom upravlenii generativnym iskusstvennym intellektom // Oriental Law. 2023. № 5. S. 106-116.
28. Song S.L., Yang Yu.Yu. Suverenitet, bezopasnost' i upravlenie imi v shirokom yazykovom modelirovanii. Kitaiskie vysshie obshchestvennye nauki. 2023. № 6. S. 109-118, 155-156.

The peculiarities of the lexemes representing the concept of "correctional institution" in English and Russian penitentiary discourse

Parfenenko Elena Nikolaevna 

PhD in Philology

Associate Professor; Department of Foreign Languages; Russian State University of Justice

117418, Russia, Moscow, Novocheremushkinskaya str., 69, office 1312

✉ milenik@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the study of the complex structure of the concept of

correctional institution, which can be represented by both terms and commonly used lexemes in a comparative aspect. The subject of the work is lexico-semantic representation of the concept of correctional institution in English and Russian terminosystems in the field of jurisprudence. The purpose of the study is to identify the features of verbal representation of the concept of correctional institution in English and Russian texts in the field of law. When writing the article the following research methods were used: method of comparative analysis, method of component analysis. The central concept in the functional-semantic field, representing the concept of "correctional institution" in the English language is "prison". However, along with it, the terms "jail" and "penitentiary" are present in the everyday vocabulary of native speakers, which together are part of the official business and artistic styles. This work establishes the frequency and conceptuality of each of the above terms, based on the method of comparative analysis, the external conditions under which the use of a particular concept is semantically conditioned are established. Using the method of analogy, it was revealed which of the synonyms available in the English language most correspond to the Russian-language terms "prison", "pre-trial detention center", "colony". The practical value of the article consists in the possibility of using its materials in the compilation of dictionaries, as well as in the development of classes on comparative terminology of English and Russian languages, comparative lexicology of English and Russian languages, intercultural communication in universities.

Keywords: prison, equivalent, functional and semantic Field, comparative linguistics, concept, lexeme, legal term system, correctional institution, jargonism, jail

References (transliterated)

1. Mayr Andrea. Prison Discourse. Palgrave Macmillan London, 2003. [Electronic Resource]. URL: <https://doi.org/10.1057/9780230511965> (date of admission: 17.01.2025)
2. Nikishina O.A. Leksikon angloyazychnogo penitentsiarnogo diskursa / O.A. Nikishina // Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta. №3 (29). 2016. 157s.
3. Nikishina O. A. Obshchaya kharakteristika protsessa realizatsii vlastnykh otnoshenii v penitentsiarnom diskurse / O. A. Nikishina, A. N. Sal'kaeva. E. V. Pestova // Nauchnoe obozrenie : elektron. zhurnal. № 4. 2017.
4. Anglo-russkii yuridicheskii slovar' / S. N. Andrianov, A. S. Berson, A. S. Nikiforov. M.: RUSSO, 2002. 512 s.
5. Myuller V. K. Bol'shoi russko-angliiskii slovar' / V. K. Myuller. – M.: Eksmo, 2013. 1328 s.
6. Cambridge Dictionary [Electronic Resource]. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (date of admission: 17.01.2025).
7. Clapp James E. Dictionary of the Law. The new authority on Traditional and Modern Terms / J. E. Clapp. New York: Random House Webster's, 2000.
8. Longman Dictionary of Contemporary English [Electronic Resource]. URL: <http://www.ldoceonline.com> (date of admission: 17.01.2025).
9. Macmillan Dictionary [Electronic Resource]. URL: <http://www.macmillandictionary.com/> (date of admission: 09.03.2019).
10. OED Historical Thesaurus [Electronic Resource]. URL: <http://www.oed.com> (date of admission: 17.01.2025).
11. Online Etymology Dictionary [Electronic Resource]. URL: www.etymonline.com (date of admission: 17.01.2025).

12. Oxford Dictionary of Law [Electronic Resource]. URL: <https://www.oxfordreference.com> (date of access: 17.01.2025).
13. Partridge E. A Dictionary of slang and unconventional English: Colloquialisms and catch phrases, fossilised jokes and puns, general nicknames, vulgarisms and such Americanisms as have been naturalised / Edited by Paul Beale. 8th ed. New York: Macmillan Publishing Co., 1984. XXIX.
14. Lighter J.E. Random House historical dictionary of American slang. Vol. 1, A-G. New York: Random House, 1994. 1006 p.
15. Kolesnichenko A.N. Osobennosti funktsionirovaniya angliiskogo i russkogo slenga v khudozhestvennoi literature // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki, № 5 (23) 2013, chast' 2. S. 112-115. [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2013_5-2_29 (data obrashcheniya: 17.01.2025)
16. Borisova L.A. Vestnik Nizhegorodskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta im. N.A. Dobrolyubova. 2009. № 4. S. 122-129.
17. Maslova, V. A. Lingvokul'turologiya: Ucheb. posobie dlya stud. vyssh. ucheb, zavedenii. M.: Izdatel'skii tsentr «Akademiya», 2001. 208 s.
18. Malysheva S.S. Angloyazychnyi teatral'nyi sotsiolekt v statike i dinamike (sotsio-leksikologicheskii podkhod) //Cherepovets: ChGU, 2012. 197 s.
19. Chudinov A.P. Strukturnyi i kognitivnyi aspekty issledovaniya metaforicheskogo modelirovaniya // Lingvistika: Byulleten' Ural'skogo lingvisticheskogo obshchestva. Ekaterinburg, 2004. T. 6. S. 108-116.
20. Mogilenko N.S. Angloyazychnyi penitentsiarnyi sotsiolekt: nekotorye lingvokul'turologicheskie osobennosti / N.S. Mogilenko // Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal. 2018. № 1 (67). [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://research-journal.org/archive/1-67-2018-january/angloyazychnyj-penitentsiarnyj-sociolekt-nekotorye-lingvokulturologicheskie-osobennosti> (data obrashcheniya: 17.01.2025)

Female image in Russian village prose (religious aspect)

Wang Fan' 

Postgraduate student; Department of Russian and Foreign Literature; Peoples' Friendship University of Russia
named after Patrice Lumumba

117198, Russia, Moscow, Mklukho-Maklaya str., 3

✉ FanWangz_nefuer@163.com

Galai Karina Nazirovna 

Doctor of Philology

Associate Professor, People's Friendship University of Russia

117198, Russia, Moscow, Mklukho-Maklaya str. 6, 3

✉ FanWangz_nefuer@163.com

Abstract. In Russian village prose, the female image is often viewed through the prism of the religious aspect, which emphasizes its deep spiritual nature and connection with traditions. Women in these works act as bearers of folk morality and religious values, and their characters and actions often illustrate biblical archetypes. The study of female images in the context of religion allows us to identify their role in preserving the cultural identity and

spiritual life of the village. Women, as keepers of traditions, are symbols of steadfastness and devotion, which makes them important figures in the literary heritage. Analyzing their images, we can better understand the relationship between religiosity and social status, as well as the influence of religious ideas on the formation of female identity in the context of village life. Subject of the study: studying female images in Russian village prose through the prism of religious beliefs and the influence of Orthodox traditions on the formation of their characters. Literary analysis of texts (works by Shukshin, Rasputin and others), comparative analysis (analysis of religious motives in the works of different authors), historical and cultural approach, sociological approach, phenomenological approach, symbolic analysis and contextual analysis are the research methodology of this article. Russian village prose has traditionally focused on the depiction of rural life and its close connection with the Orthodox faith and cultural foundations. The female image in this literature acts not only as the keeper of family values, but also as a symbol of religious traditions, embodying spiritual quests and sacrifice. The role of religion in the lives of Russian village women deeply influences their decisions, internal conflicts and destinies. This study aims to reveal religious motives in the construction of these images, analyze their influence on the heroines and their interaction with spiritual and social expectations.

Keywords: folk culture, keepers of traditions, social status, cultural identity, morality, spirituality, religious aspect, Russian village prose, Women's images, religious values

References (transliterated)

1. Abramov, F. "Brat'ya i sestry." M.: Khudozhestvennaya literatura. Moskva: Sovetskaya Rossiya, 1958.
2. Baranov, G. "Religioznye aspekty v tvorchestve russkikh pisatelei." M.: Nauka, Moskva: 2003.
3. Gromova, L. "Zhenskie obrazy v russkoi derevenskoi proze." Voprosy literatury, 2010, № 1. S. 277-282.
4. Gubarev, M. "Moral'nye tsennosti i religioznye aspekty v proze." Issledovaniya russkoi literatury, 2017. № 2, S. 17-22.
5. Zakharova, N. "Yazychestvo i pravoslavie v russkoi derevenskoi proze." Literatura i kul'tura, 2011, № 2. S. 69-74.
6. Ivanov P. V. Stereotipizatsiya zhenskogo obraza v russkoi literature: religioznye motivy. M.: Izd-vo nauchnoi literatury, 2022.
7. Kuznetsov A. I. Eskhatologicheskie temy v derevenskoi proze // Literaturnoe nasledie. 2021. № 12. S. 22-36.
8. Kulikov, V. "Zhenskaya identichnost' v russkoi derevenskoi proze." Literaturnaya ucheba, 2016, № 3. S. 38-41.
9. Lebedeva, T. "Traditsii i sovremennost' v russkoi derevenskoi proze." Literatura i zhizn', 2020. № 4. S. 25-30.
10. Novikova, O. "Zhenskie sud'by i religioznye motivy v russkoi literature." Literaturnaya gazeta, 2019. № 3. S. 65-69.
11. Rasputin, V. "Proshchanie s Materoi." M.: Sovremennik, Moskva: EKSMO, 1976.
12. Rebrov, I. "Dukhovnye iskaniya zhenshchin v russkoi literature." Literaturnoe nasledie, 2018. № 5. S. 47-50.
13. Serebryakova, T. "Simvolika prirody i religiya v russkoi derevenskoi proze." Russkaya literatura, 2005, № 4. S. 17-25.

14. Smirnova, E. A. Religioznye motivy v izobrazhenii russkoi zhenshchiny-materi // Voprosy filologii. 2023. № 5. S. 45-59.
15. Solov'eva, A. "Khristianskie tsennosti v proze V. Rasputina." Sovremennye issledovaniya, 2014, № 6. S. 33-36.
16. Timofeeva E. Zhenskie obrazy i ikh rol' v derevenskoi proze // Filologicheskie issledovaniya. 2022. № 6. S. 51-57.
17. Fedorova, E. "Mifologiya i religiya v tvorchestve F. Abramova." Izvestiya Rossiiskoi akademii nauk, 2012, № 2. S. 112-117.
18. Shukshin, V. "Kalina krasnaya." M.: Sovremennik, Moskva: Molodaya gvardiya, 1975.

The destructive emotion of anger in Korean idioms

Pak Marianna Davidovna 

lecturer; Institute of Foreign Languages (IIA); P. Lumumba Peoples' Friendship University of Russia
postgraduate student; Institute of Foreign Languages (IIA); P. Lumumba Peoples' Friendship University of Russia

39 Ostrovityanova str., 291 sq., 117342, Russia, Moscow

 godblessbob@gmail.com

Abstract. In this paper, the destructive emotion of anger is considered through the prism of Korean idioms. The research is aimed at identifying the semantic features of idioms, various aspects of their use and the conceptual metaphors they use. The main focus is on how physiological reactions to anger are reflected in language, as well as how cultural contexts influence the understanding of these idioms, as well as how linguistic features of the Korean language shape the perception and expression of anger in society.

The subject of the study is the destructive emotion of anger and its reflection in Korean idioms, as well as cultural and social aspects that influence the formation of these expressions. The destructive emotion of anger is a complex psychological condition that can have a significant impact on human behavior and interaction with others. It is important to note that anger not only affects individual feelings, but also affects cultural norms and linguistic expressions, including idioms. Research methodology: The study uses a qualitative analysis of idiomatic expressions related to anger using a comparative method. The lexical composition and semantics of idioms, as well as their cultural context, are analyzed. The content analysis method is also used to identify common themes and patterns in the use of idioms. The novelty of the research: The work is the first comprehensive study of the destructive emotion of anger in Korean idioms, which allows us to identify unique aspects of Korean culture and language. The study also establishes parallels between Korean and Russian idioms, which contributes to a deeper understanding of the universality and specificity of metaphorical perception of emotions.

Conclusions: The results of the study show that Korean idioms associated with anger not only reflect emotional states, but also serve as indicators of social norms and values. The revealed metaphors emphasize the importance of context in the interpretation of emotions and indicate the need to take into account cultural differences in the study of linguistic expressions. The research opens up new horizons for further study of the influence of language on emotional perception in different cultures.

Keywords: cognitive linguistics, conceptual metaphor, metonymy, idiom, translation, Korean culture, Korean language, destructive emotion, anger, physiology

References (transliterated)

1. Glazunova O. I. Logika metaforicheskikh preobrazovaniy. SPbGU: Filologicheskii fakul'tet; SPb.: SPbGU, 2000. S. 190.
2. Budaev E. V. Stanovlenie kognitivnoi teorii metafory // Lingvokul'torologiya. 2007. № 1. S. 16.
3. Smirnova M.A. Ponyatie «metafora» i podkhody k ee izucheniyu // Filologiya i literaturovedenie. 2014. № 9. C. 2.
4. Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafory, kotorymi my zhivem / per. s angl. A. N. Baranova, A. V. Morozovoi. M.: URSS, 2004. Retrieved from Lakoff Dzh., Dzhonson M. 2004. C. 256.
5. Kövecses, Zoltán. Metaphor in culture: universality and variation. Cambridge: Cambridge University Press. 2005. P. 331.
6. Wierzbicka, A. Semantics, culture, and cognition: universal human concepts in culture-specific configurations. Oxford: Oxford University Press. 1992. P. 496.
7. Pinker, S. Language instinct: how the mind creates language. New York: Harper Perennial Modern Classics. 2007. P. 576.
8. Jackson, J.C., Watts, J., Mattis, J., Puryear, C., Drabble, R., Lindquist, K. A. From text to thought: how analyzing language can advance psychological science. Perspectives on Psychological Science, 17 (4), 2021. P. 1-22. doi: 10.1177/17456916211004899
9. Jakobs, M., Hüning, M. Scholars and their metaphors: on language making in linguistics. International Journal of the Sociology of Language, 274, 2022. P. 29–50. URL: <https://doi.org/10.1515/ijsl-2021-0017>
10. Alkhamash, R. Processing figurative language: Evidence from native and non-native speakers of English. Frontiers in Psychology, 13, 2022. P. 1-12. doi: 10.3389/fpsyg.2022.1057662
11. Lakoff, G., Johnsen, M. Metaphors we live by. London: The university of Chicago press. 2003. P. 1-12.
12. Garelo, S., Carapezza, M. Is metaphor a natural kind? Frontiers in Psychology, 15, 2024. P. 1-10. doi: 10.3389/fpsyg.2024.1381821
13. Zastrocky, T.E. Tell all the truth but tell it slant: the essential role of metaphor in constructing physics. All Regis University Theses, 962. 2020. P. 1-75. Retrieved from <https://epublications.regis.edu/theses/962>
14. Lee, K. 관용어, 은유 그리고 환유 [Idiom, metaphor, and metonymy]. The discourse and cognitive linguistics society of Korea. Discourse and cognition, 4, 1997. P. 61-87.
15. Byon, A. S., Pyun, D. O. (Eds). The Routledge Handbook of Korean as a Second Language. London: Routledge. 2024. P. 572.
16. Lee, J. 한국어 관용 표현의 성구적 교수. 학습을 위한 제언 [Suggestion for the phraseological teaching and learning of Korean idiomatic expressions]. Kyung Hee Cyber University, 89, 2022. P. 169-192. doi: 10.17296/korbil.2022.89.169
17. Kovaliuk, Y. Idioms in cognitive linguistics: is it all about conceptual metaphor theory? British and American Studies, 28, 2022. P. 287-298. doi: 10.35923/BAS.28.29
18. Lee, S. S. 한글 감정단어의 의미적 관계와 범주 분석에 관한 연구 [A study on the analysis of semantic relation and category of the Korean emotion words]. 한국 도서관 정보 학회지, 47, 2016. P. 51-70. URL: <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.47.201606.51>
19. Haiying, Z. The application of semantic cognitive mechanism of English idioms in idiom teaching. Journal of Contemporary Educational Research, 8(9), 2024. P. 237-242.
20. Jeon, J. H. Analysis of the effect of anger emotion on e-commerce search volume, which is a behavior of negative desire. Journal of Business Convergence, 8(4), 2023. P.

155-163. doi: 10.31152/JB.2023.08.8.4.155

21. Lakoff, G. Women, fire, and dangerous things: what categories reveal about the mind. Chicago: University of Chicago Press. 1987. P. 43.

Collection of proverbs by Marquis de Santillana and his contribution to the formation of the Pyrenean paremiological tradition

Bakanova Anna Valentinovna 

PhD in Philology

Associate Professor, Department of Ibero-Romanic Language Studies, Faculty of Philology, Lomonosov Moscow State University

119991, Russia, g. Moscow, ul. Leninskie Gory, 1, of. 1GUM

✉ asia_sim@mail.ru

Terent'eva Ekaterina Dmitrievna 

PhD in Philology

Associate Professor, Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities and Social Sciences, Peoples' Friendship University of Russia

10/2 Mklukho-Maklaya str., Moscow, 117198, Russia

✉ terentyeva-ed@rudn.ru

Abstract. The article is devoted to the early stage of the formation of the Spanish paremiological tradition and the literary and collecting activities of the Marquis de Santillana. The 15th century plays a special role in the history of Spanish folklore, as voluminous annotated dictionaries of proverbs and sayings began to be actively published during this period.

The research material is the first collection of proverbs published in Spain, "Refranes ... que digen las viejas tras el fuego; e van ordenados por la orden del A, B, C", the authorship of which is attributed to the Spanish statesman and poet Marquis de Santillana (Iñigo Lopez de Mendoza y de la Vega). X. de Navascuez notes that the edition of the collection of paremias was prepared by Santillana by order of King Juan II. Researchers (Y. L. Obolenskaya, N. G. Sulimova, M. M. Rayevskaya) emphasize that the Renaissance in Spain is strongly influenced by the Italian humanistic tradition, thanks to which new poetic forms are coming to Spanish literature, and Santillana is the first among Spanish authors to turn to the sonnet. A special contribution to the study of poetic art is made by Santillana's letter to the Constable Don Pedro of Portugal, which is considered the first Spanish poetics and which examines the issues of literary history and theory.

The internal conditions for the development of Spanish culture during this period were the focus of new trends in aristocratic circles, an increased interest in the humanities, including folk culture, which, in the absence of an established literary tradition, makes proverbs and sayings in Castilian examples of correct linguistic usage.

It is also necessary to take into account the influence of the Northern European humanist tradition with its attentive attitude to oral folk art and the authoritative collection of proverbs by Erasmus of Rotterdam.

The folklore texts from Santillana's collection are vivid examples of the Spanish folk tradition and laid the foundation for the formation of the Pyrenean paremiological fund in the 15th century.

Keywords: serranilla, poetics, saying, proverb, paroemia, paremiology, Spanish folklore, Spanish language, dezir, song

References (transliterated)

1. Bakanova A. V. Malye zhanry ispanskogo fol'klora // Iberoamerikanskije tetradj. 2023. № 11(3), 146-163.
2. Kokk'yara Dzh. Istoriya fol'kloristiki v Evrope. M.: Izdatel'stvo Inostrannoi literatury, 1960. 694 s.
3. Raevskaya M. M. Ispanskoe yazykovoe soznanie Zolotogo veka (XVI–XVII vv.). M.: Komkniga, 2007. 304 s.
4. Obolenskaya Yu. L. Mitos y leyendas de España. Legendy i predaniya Ispanii: S obshirnymi lingvokul'turologicheskimi, istoricheskimi, grammaticheskimi kommentariyami. M.: URSS, 2023. 240 s.
5. Obolenskaya Yu. L. Mir ispanskogo yazyka i kul'tury: Ocherki, issledovaniya, slovar' sueverii i simvolov. M.: URSS, 2018. 256 s.
6. Pavlova A. N. 2022 Genezis i transformatsiya prazdnichnoi kul'tury v Ispanii. Diss. ... kand. filol. nauk. M., 2022. 272 s.
7. Saprykina O. A. Yazyk i slovesnoe tvorchestvo srednevekovoi Portugalii. M.: URSS, 2010. 285 s.
8. Smirnov A. A. Srednevekovaya literatura Ispanii. URL: <http://svr-lit.ru/svr-lit/smirnov-literatura-ispanii/glava-pervaya.htm>
9. Smirnova M. B. «Na italiiskii lad»: opyt translyatsii soneta v ispanskoi poezii XV veka // Novyi filologicheskii vestnik. 2016. № 4 (39). S. 105-117.
10. Sulimova N. G. Istoriya razvitiya ispanskoi grammaticheskoi mysli (XV–XIX vv.). M.: MAKSS Press, 2005. 331 s.
11. Díaz Viana, L. El folklore dentro de las disciplinas antropológicas: tradición y nuevos enfoques // Perifèria. Revista de Recerca i Formació en Antropologia, Vol. 27 Núm. 1, 2022. URL: <https://revistes.uab.cat/periferia/article/view/v27-n1-diaz>
12. Diccionario de la lengua española. 2022. URL: <https://dle.rae.es/> (data obrashcheniya: 22.12.2024)
13. Mal Lara J. de La Philosophia vulgar. 1568. URL: [https://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=86261] (data obrashcheniya: 02.08.2023)
14. Navascués J. M. Historia del Folklore. Folklore y costumbres de España. Barcelona: Ediciones Merino, 1944. T. 1. P. 3–164.
15. Nebrija A. de (1492) *Gramática de la lengua castellana* [Grammar of the Spanish language]. URL: <https://antoniodebrija.elcastellano.org/indice.html> (accessed: 20.12.2024)
16. «Refranes que dicen las viejas tras el fuego». Los refranes recopilados por el Marqués de Santillana. 2018. URL: https://cvc.cervantes.es/lengua/biblioteca_fraseologica/r3_cantera/refranes_recopilados_marques_santillana.pdf
17. Sánchez Pérez, C. I. De las serranas a las serranillas, como personajes literarios femeninos. Del Arcipreste de Hita al Marqués de Santillana. 2014. URL: https://cvc.cervantes.es/literatura/arcipreste_hita/04/s_perez.htm
18. Santillana, Marqués de «Proemio e carta al condestable don Pedro de Portugal». URL: <https:// Dialnet-ElProhemioECartaDelMarquesDeSantillanaYLaEpistolaA->

2668036%20(2).pdf

19. Valdés J. de (1976) *Diálogo de la lengua* [Language Dialogue]. URL: https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/dialogo-de-la-lengua--0/html/fede437e-82b1-11df-acc7-002185ce6064_2.html (accessed: 19.12.2024).
20. Zárate-Sández, G. Distancias lingüísticas y culturales: Dios en los refraneros del español y el portugués. 2010. URL: <https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/2874/264>

Reception of K. D. Balmont's Works in China

Bai Yang 

Postgraduate Student; Department of Russian and Foreign Literature; Peoples' Friendship University of Russia

Mklukho-Maklaya str., 6, Moscow, 117198, Russia

✉ publikaysiya@mail.ru

Abstract. The subject of the article is the development of the works of K. D. Balmont in China. The article examines the reception of K. D. Balmont's works in China; the state of translations and the degree of study of his works; identification of the reasons for the interest of Chinese scholars. The article presents a periodization of the activities of translators and literary scholars who paid attention to the works of the Russian symbolist. The work includes a classification of existing research works in China devoted to the author's works and identifies the main shortcomings in the process of developing Balmont's works. In studying the problems associated with the translation and research of Balmont's creative legacy, as well as in describing the main scientific sources raising the problem of the creative method of the Russian symbolist, the author of the work relied on general theoretical methods of analysis, synthesis, description and comparison. In formalizing the periodization of the activities of Chinese scientists and translators, comparative-contrastive and comparative-historical methods were used. As a result, it is revealed that lyrical, symbolic and musical principles in Balmont's works are always in the center of attention of Chinese researchers. Based on the current state of studying the author's creative heritage, it is revealed that further research of his poetry has great prospects in China. The study of the reception of K. D. Balmont's work in China is of great importance for further in-depth and comprehensive research into the artistic creativity and worldview of the symbolist poet. The main limitation in the process of mastering the creative path of K. D. Balmont by Chinese literary scholars is the fact that there are no translations of his prose into Chinese.

Keywords: Russian poetry, reception, symbolist poet, poetry of Balmont, Chinese literary criticism, China, K. D. Balmont, Silver Age, Balmont's literary heritage, Balmont's creative path

References (transliterated)

1. Bal'mont, K. D. Elementarnye slova o simvolicheskoi poezii // Russkaya literatura. Per. Chen Khairongi, Gu Yun'pu. 1998. (康斯坦丁·巴尔蒙特. 象征主义诗歌简述//俄罗斯文艺. 程海容、顾蕴璞译. 1998)
2. Bal'mont, K. D. Ya v etot mir prishel: izbrannye stikhotvoreniya K. D. Bal'monta. Per. Guan' In'guan. Izdatel'stvo literatury i iskusstva provintsii Shan'dun, 2021. (康斯坦丁·巴尔蒙特. 我来到这世界: 巴尔蒙特诗选. 关引光译. 山东文艺出版社, 2021.)
3. Bal'mont, K. D. Aromat solntsa: izbrannye stikhi K.D. Bal'monta. Per. Gu Yui. Izdatel'stvo Guansiiskogo pedagogicheskogo universiteta, 2014. (康斯坦丁·巴尔蒙特. 太阳

- 的芳香:巴尔蒙特诗选. 谷羽译. 广西师范大学出版社, 2014)
4. Bryusov, V. Ya. Bal'mont (Bal'mont K. D. Budem kak solntse. Kniga simbolov. M. 1903) // Mir iskusstva. 1903. № 7–8. S. 29–36.
 5. Van Tszyan'tszyan'. Paganini v mire poezii — Kratkoe svedenie o russkom poete-simvoliste K. Bal'monte // Issledovaniya zarubezhnoi literatury. 1994. № 2. S. 34–39. (汪剑剑.“诗坛上的帕格尼尼”——俄国象征派诗人巴尔蒙特简论. 外国文学研究, 1994.)
 6. Van Tszyan'chzhao. Izbrannye stikhi russkogo Serebryanogo veka (v perevodakh). Narodnoe izdatel'stvo Yun'nani, 1998. (汪剑钊. 俄罗斯白银时代诗选. 云南人民出版社. 1998)
 7. Gu Yun'pu. Izbrannye stikhotvoreniya russkogo Serebryanogo veka / pod red. Gu. Yun'pu. Guanchzhou, 2000. 584 s. (顾蕴璞主编:《俄罗斯白银时代诗选》, 花城出版社. 2000)
 8. Lyu Sien. Solnechnyi svet – analiz simvola solntsa v stikhotvoreniyakh K. D. Bal'monta, Magisterskaya dissertatsiya, Chzhetszyanskii universitet. 2021. (刘思恩. 太阳的光辉——康·德·巴尔蒙特诗歌中的太阳意象研究. 浙江大学硕士论文. 2021.)
 9. Tsyui Tsyubai. Istoriya russkoi literatury. Shankhai: Izdatel'stvo Fudan'skogo universiteta, 2004. C. 79. (瞿秋白. 俄国文学史及其它. 上海: 复旦大学出版社, 2004.)
 10. Tszen Syi. Issledovanie russkoi poezii. Pekin: Izdatel'stvo Pekinskogo universiteta, 2018. 384 s. (曾思艺. 俄罗斯诗歌研究. 北京: 北京大学出版社, 2018.)
 11. Chzhan Bin. Russkie literaturnye techeniya i shkoly Serebryanogo veka. Pekin: Izdatel'stvo «Narodnaya literatura», 2006. 344 s. (张冰. 白银时代文学思潮与流派. 北京: 人民文学出版社, 2006.)
 12. Chzhan Tsze. Istoriya russkoi i sovetskoi literaturnoi kritiki XX veka. Pekin: Izdatel'stvo Pekinskogo universiteta, 2017. 39 s. (张杰. 20世纪俄苏文学批评理论史. 北京: 北京大学出版社, 2017.)
 13. Chzhou Tsichao. Issledovanie russkoi literatury serebryanogo veka. Pekin: Izdatel'stvo Pekinskogo universiteta, 2003. 167 s. (周启超. 白银时代俄罗斯文学研究. 北京: 北京大学出版社, 2003.)
 14. Chzhen Chzhenduo. Kratkaya istoriya russkoi literatury. Khunan': Izdatel'stvo Yuelu, 2010. (郑振铎. 俄国文学史略. 湖南: 岳麓书社, 2010.)
 15. Chzhao E. O simbolizme v poezii Konstantina Bal'monta, Magisterskaya dissertatsiya, Tszilin'skii universitet. 2011. (赵晔. 论康斯坦丁·巴尔蒙特诗歌中的象征主义. 吉林大学硕士论文. 2011.)
 16. Chzhan Ili. Issledovaniya simbolizma v poezii K. D. Bal'monta, Magisterskaya dissertatsiya, Pedagogicheskii universitet Vnutrennei Mongolii, 2019. (张一黎. 巴尔蒙特诗歌的象征主义研究. 内蒙古师范大学硕士论文. 2019.)
 17. Chzhu Songmei. Poeziya russkogo simbolizma. Magisterskaya dissertatsiya, Sian'skii universitet inostrannykh yazykov, 2013. (祝松梅. 论俄国象征主义诗歌. 西安外国语大学硕士论文. 2013.)
 18. Chzhen Tiu. Poeziya russkogo simbolizma: Avtoref. Diss. ... kand. filol. nauk. – M., 2007.
 19. Chzhen Tiu. Vzgl'yad russkikh starshikh simbolistov na simbolizm // Russkaya literatura. 2008. № 4. S. 28–33. (郑体武. 老一辈俄国象征派的“象征”观. 俄罗斯文艺, 2008)
 20. Chzhan Ketsinya. Pevets solntsa: stikhotvornyi stil' K. Bal'mont// Yazyk i literatura. 2005. № 2. S. 43–45. (张克勤. 太阳的歌手——巴尔蒙特诗作风格管窥. 语文学刊, 2005.)
 21. Yui Vei. Sovetskii Soyuz vosstanavlivaet reputatsiyu poeta-dekadenta K. D. Bal'monta // Vsemirnaya literatura. 1978. № 2. S. 316–317. (于韦. 苏联为颓废派诗人巴尔蒙特恢复名誉. 世界文学, 1978.)

Formation of the modern media landscape of the Arab Republic of Egypt

Cao Ziqing 

Graduate student; Institute of Higher School of Journalism and Mass Communications; St. Petersburg State University

199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya nab., 7/9

✉ caoziqing01@gmail.com

Teplyashina Alla Nikolaevna 

Doctor of Philology

Professor; Institute 'Higher School of Journalism and Mass Communications'; St. Petersburg State University

199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya nab., 7/9

✉ NikonovS@mail.ru

Melnik Galina Sergeevna 

Doctor of Politics

Professor; Institute 'Higher School of Journalism and Mass Communications'; St. Petersburg State University

199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya nab., 7/9

✉ s.nikonov@spbu.ru

Lukin Stanislav Sergeevich 

PhD in Politics

Associate Professor; Institute 'Higher School of Journalism and Mass Communications'; St. Petersburg State University

199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya nab., 7/9

✉ NikonovS@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the study of the peculiarities and problems of media work in the Egypt. The relevance of the study lies in the complexity of the functioning of the Egyptian media, which are influenced by a variety of factors, including legal, social and political. Egypt, as a key media player in the Arab world, is a unique case to explore. The purpose of the study is to determine the specifics of media work in Egypt, taking into account its rich media history and influence on the region. The problem of the study lies in the multidimensional nature of media activity in the countries of the global south, where various factors affecting their functioning and role in society collide. Egypt demonstrates a number of unique features and challenges affecting the functioning of the media. The research methodology includes an analysis of scientific literature and the regulatory framework for the functioning of the media. This approach allows for a comprehensive study of the subject of the study, based on theoretical and practical aspects. The mass media in the global south, and in particular in Egypt, is facing special challenges and needs an adaptation to local conditions. These problems are often rooted in historical, political, social, and economic contexts, which affects the way the media operates. It is noted that in response to unprecedented challenges, the government of the country is implementing a number of measures to control media resources. Measures to control media resources in Egypt are an important tool in combating threats to national security. It is important to find a balance between ensuring security and protecting human rights, which remains an urgent task for Egyptian society and the State.

Keywords: Media regulation, Social networks, modern technologies, Television, Radio,

national security, Egypt, Global south, Mass media, Information control

References (transliterated)

1. Uspenskaya N. A. Otrazhenie natsional'nogo svoeobraziya v proizvedeniyakh egipetskikh pisatelei-realistov serediny KhKh veka // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Vostokovedenie i afrikanistika. 2022. T. 14. Vyp. 4. S. 692-703. <https://doi.org/10.21638/spbu13.2022.408>
2. Vneshnyaya politika Egipta // [Elektronnyi resurs] URL: <http://countrystudies.us/egypt/123.htm> (data obrashcheniya: 27.11.2024).
3. Si Sidarus, Abanub Makher Fakhmi Salib. Vneshnyaya politika Egipta v period pravleniya Khosni Mubaraka / Abanub Makher Fakhmi Salib Sidarus, Blerina Mestan Makhmutai. Tekst : neposredstvennyi // Molodoi uchenyi. 2019. № 33 (271). S. 57-61. URL: <https://moluch.ru/archive/271/62019/> (data obrashcheniya: 24.01.2025).
4. Digital 2023: Egipet – DataReportal – Global Digital Insights
5. Tsi Tsi. Issledovanie arabskikh osnovnykh SMI // Pekin: Izdatel'stvo «Vsemirnye znaniya». 2024. 432 s.
6. Mostafa Essam Shaat. Zakon o SMI v Egipte i universal'nye printsipy svobody vyrazheniya mneniya // Arabskie SMI i obshchestvo. 2015. Vyp. 21. C. 1-11.
7. Salma Khamis. Transformiruyushchii egipetskii media-landshaft: izmeneniya, problemy i sravnitel'nye perspektivy // Mezhdunarodnyi zhurnal kommunikatsii. 2011. Tom 5. S. 1159-117.
8. Khamada, B. I. Istoricheskii i politicheskii analiz sredstv massovoi informatsii v Egipte // Egipetskii zhurnal issledovaniy kommunikatsii. 2022. tom 9, № 2, C. 1-31.
9. Khashim A. Egipetskie voennye, chast' vtoraya: ot Mubaraka vpered // Politika na Blizhnem Vostoke. 2001. tom XVIII, C. 106-128.
10. Rasha Allam. The Egyptian Media Governance Framework: Gains and Limitations. *Media Governance*. December 2022. DOI: 10.1007/978-3-031-05020-6_8
11. Rasha Allam. Egipetskaya struktura upravleniya SMI: dostizheniya i ogranicheniya // Upravlenie SMI. 2022. DOI: 10.1007/978-3-031-05020-6_8
12. Rasha Allam. Konstruktivnaya zhurnalistika v arabskikh perekhodnykh demokratiyakh: vospriyatie, otnoshenie i effektivnost' // Praktika zhurnalistiki. 2019. 13(1):1-21.
13. Rasha Allam, Enn Kholifild. Faktory, vliyayushchie na ispol'zovanie zhurnalistskoi analitiki kak instrumenta upravleniya v egipetskikh novostnykh organizatsiyakh // Praktika zhurnalistiki. 2023. 17(11):1-23. DOI: 10.1080/17512786.2021.1927803.
14. Vodyanov I. N. Osobennosti mediadiskursa Egipta // Kommunikologiya. 2022. Tom 10. № 1. C. 129-137. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-1-129-137.
15. Kapaeva A. I. Pravovoe regulirovanie media v Egipte vo vremya prezidentstva Abdel' Fattakha As-Sisi // Vestnik nauki i obrazovaniya. 2024. №1 (144). URL: <https://scientificjournal.ru/images/PDF/2024/144/pravovoe-regulirovanie.pdf>.
16. Statista. Obshchaya chislennost' naseleniya Egipta po sostoyaniyu na 2023 god, po vozrastnym gruppam // 2023. [Elektronnyi resurs] URL: <https://www.statista.com/statistics/1230371/total-population-of-egypt-by-age-group/> (data obrashcheniya: 26.11.2024).
17. Statista. Raspredelenie gorodskogo naseleniya Egipta po provintsiyam na 2022 god // 2022. [Electronic resource] URL: <https://www.statista.com/statistics/1229861/urban-population-of-egypt-by-governorate/> (date of access: 26.11.2024).
18. Kutukova E. A. Informatsionnaya politika Arabskoi Respubliki Egipet // Vek Informatsii.

2018. 2(3(4). S. 59-61. URL: <https://ojs.age-info.com/index.php/ai/article/view/4>.
<https://doi.org/10.21638/spbu13.2022.408>
19. Shishkina A. R., Isaev L. M. Internet-tsenzura v arabskikh stranakh // Aziya i Afrika segodnya. 2015. № 2. С. 40-45.
 20. Pol'zovateli sotsial'nykh setei v Egipte NA KONETs 2022 GODA // 2022. [Elektronnyi resurs] URL: <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-egypt/2022/> (data obrashcheniya: 27.11.2024).
 21. Egipet Pressa, SMI, TV, Radio, Gazety // [Elektronnyi resurs] URL: <http://www.pressreference.com/Co-Fa/Egypt.html> (data obrashcheniya: 28.11.2024).
 22. Vasil'ev A. M., Zherlitsyna N. A. Evolyutsiya SMI v stranakh Severnoi Afriki posle «arabskoi vesny» // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki. 2019. T. 8. № 1. С. 81-95.
 23. Mustafina E. M. Kul'tura Egipte v kontekste obshchestvenno-politicheskogo razvitiya strany (Vtoraya polovina KhKh veka): dissertatsiya na soiskanie uchenoi stepeni kandidata istoricheskikh nauk. Kazan': KGU im. V. I. Lenina, 2004.
 24. Khamzavi A. Egipet posle voennogo perevorota 2013 g.: Zakonodatel'stvo na sluzhbe novogo avtoritarizma // Filosofiya i sotsial'naya kritika. 2017. № 43(4-5). S. 392-405.