



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»

<https://su-journal.ru>

2025, № 5 / 2025, Iss. 5 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

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

УДК 070.19

Аттрактивные стратегии в цифровом медиадискурсе: лингвопрагматический анализ российских сетевых изданий 2020

¹ Ван Пэйхуа

¹ Санкт-Петербургский государственный университет

Аннотация: данное исследование посвящено анализу аттрактивных стратегий в лингвопрагматическом спектре медиа-пространства на материале российских сетевых изданий "Медуза" и "РБК" за 2020 год. В работе применяется комплексный подход, включающий контент-анализ, семантический и качественный анализ публикаций, что позволяет выявить ключевые методы привлечения и удержания внимания аудитории. Систематизированы основные аттрактивные стратегии: эмоциональная аналогия, визуализация, интерактивность, персонализация, использование языка бренда, сторителлинг и создание привлекательных заголовков. Проведено сравнение подходов изданий: "Медуза" делает акцент на провокационных заголовках и персонализированном контенте, тогда как "РБК" отличается авторитетностью источников и четкой структурой материалов. Научная значимость работы заключается в углубленном изучении медиа-дискурса через призму лингвопрагматики. Результаты исследования представляют ценность для филологических исследований и развития качественного медиа-пространства в условиях цифровой трансформации. Исследование также подчеркивает важность понимания контекста и социокультурных факторов в формировании медиа-дискурса. Анализ показывает, что успешная аттрактивность требует не только креативности, но и глубокого понимания аудитории и контекста. Перспективы исследования открывают новые горизонты для анализа медиа-контента и его влияния на аудиторию, включая изучение новых форматов медиа и психологических аспектов взаимодействия с аудиторией.

Ключевые слова: медиа-пространство, медиа-дискурс, аттрактивные стратегии, лингвопрагматический анализ, российские сми, медиа-ресурсы

Для цитирования: Ван Пэйхуа Аттрактивные стратегии в цифровом медиадискурсе: лингвопрагматический анализ российских сетевых изданий 2020 // Современный ученый. 2025. № 5. С. 17 – 23.

Поступила в редакцию: 3 января 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 2 марта 2025 г.; Принята к публикации: 22 апреля 2025 г.

Attractive strategies in digital media discourse: a linguopragmatic analysis of Russian online publications 2020

¹ Wang Peihua

¹ Saint-Petersburg State University

Abstract: this study analyzes attractive strategies in the linguopragmatic spectrum of the media space based on the Russian online publications Meduza and RBC in 2020. The paper uses an integrated approach, including content analysis, semantic and qualitative analysis of publications, which helps identify key methods for attracting and re-

taining audience attention. The main attractive strategies are systematized: emotional analogy, visualization, interactivity, personalization, use of brand language, storytelling and creating attractive headlines. A comparison of the publications' approaches is made: Meduza focuses on provocative headlines and personalized content, while RBC is distinguished by the authority of its sources and a clear structure of its materials. The scientific significance of the work lies in an in-depth study of media discourse through the prism of linguopragmatics. The results of the study are valuable for philological research and the development of a high-quality media space in the context of digital transformation. The study also highlights the importance of understanding the context and socio-cultural factors in shaping media discourse. The analysis shows that successful attractiveness requires not only creativity, but also a deep understanding of the audience and context. The research prospects open up new horizons for the analysis of media content and its impact on the audience, including the study of new media formats and psychological aspects of interaction with the audience.

Keywords: media space, media discourse, attractive strategies, linguopragmatic analysis, Russian media, media resources

For citation: Wang Peihua Attractive strategies in digital media discourse: a linguopragmatic analysis of Russian online publications 2020. Modern Scientist. 2025. 5. P. 17 – 23

The article was submitted: January 3, 2025; Approved after reviewing: March 2, 2025; Accepted for publication: April 22, 2025.

Введение

Аттрактивные стратегии в лингвопрагматическом спектре медиа-пространства представляют собой методы, которые используются для привлечения и удержания внимания аудитории. Эти стратегии основываются на принципах взаимодействия языка, контекста и желания аудитории. В медиа-пространстве, где конкуренция за внимание очень высокая, важно использовать эффективные приемы.

Актуальность статьи заключается в настоятельной необходимости изучения аттрактивных стратегий для поддержания качественного общения в сфере современных медиа ресурсов.

Предметом исследования выступает лингвопрагматический анализ российских сетевых изданий 2020 г.

Научная новизна работы заключается в исследовании лингвопрагматических особенностей в контексте аттрактивных стратегий медиа пространства.

Практическая значимость работы заключается в использовании материалов исследования в филологических изысканиях, в развитии качественной медиа – среды и медиа – дискурса.

Материалы и методы исследований

В настоящем исследовании был проведен комплексный анализ аттрактивных стратегий, применяемых в российских сетевых изданиях, с использованием лингвопрагматического подхода. Объектами исследования послужили два ведущих российских информационных ресурса: «Медуза» и «РБК», отобранные на основании их высокой посещаемости, разнообразия тематической направленности и активного внедрения инновационных

форматов представления контента. Временные рамки исследования были ограничены материалами, опубликованными в 2020 году, что позволило рассмотреть влияние глобальных событий, включая пандемию COVID-19, на формирование медиа-дискурса. Методологическую базу исследования составили контент-анализ, направленный на систематическое изучение структуры заголовков, эмоциональной окраски текстов и используемых риторических приемов; семантический анализ, ориентированный на выявление языковых средств, включая метафоры и стилистические обороты, способствующих эмоциональному вовлечению читателей; а также качественный анализ социокультурного контекста представленных материалов и оценка уровня вовлеченности аудитории. Данные были собраны из открытых источников на официальных сайтах исследуемых изданий с последующей систематизацией и документированием для обеспечения прозрачности исследовательского процесса.

Результаты и обсуждения

Рассмотрим несколько ключевых аттрактивных стратегий.

Прежде всего, это эмоциональная аналогия. Использование языковых средств, которые вызывают эмоции, помогает установить более глубокую связь с аудиторией. Например, метафоры и аллегории, которые отражают общие чувства или переживания.

Во-вторых, это визуальные элементы. Совмещение текстового контента с изображениями, графикой или видео, которые усиливают сообщение и делают его более привлекательным [1].

В-третьих, это интерактивность. Создание воз-

возможностей для участников выражать свои мнения и эмоции, например, через опросы, комментарии или обсуждения в социальных сетях.

В-четвертых, это персонализация. Адаптация контента под интересы и предпочтения конкретной аудитории, что делает сообщение более релевантным и привлекательным [2].

В-пятых, это использование языка бренда. Создание уникального голосового стиля и лексики, которые ассоциируются с конкретным брендом, что помогает в формировании идентичности и лояльности аудитории.

В-шестых, это сторителлинг. Это прием, который помогает донести информацию через рассказ или историю. Это умение создать качественный, интересный контент, побуждающий аудиторию к определенным действиям.

Также одной из стратегий является создание острых заголовков. Заголовки, которые вызывают любопытство или провокацию, способствуют привлечению внимания и увеличивают вероятность клика на материал [3].

Стоит отметить использование актуальных тем и трендов. Ориентирование на текущие события и популярные тренды в контенте делает его более привлекательным и релевантным для аудитории.

Данные стратегии могут быть адаптированы в зависимости от жанра, целевой аудитории и специфики медиа. Важно помнить, что успешная аттрактивность требует не только креативности, но и глубокого понимания аудитории и контекста.

Лингвопрагматический подход в спектре медиа-пространства представляет собой исследование языка и коммуникации с акцентом на контексте, намерениях и целях взаимодействия. В данном подходе особое внимание уделяется тому, как значения создаются и интерпретируются в зависимости от обстоятельств, в которых происходит общение, а также от социально-культурных факторов.

Основные аспекты лингвопрагматического подхода в медиа-пространстве следующие.

Контекстуальность. Значение высказываний в медиа зависит от контекста, в котором они произносятся. Это может включать в себя культурные, политические и социальные аспекты, которые формируют восприятие информации.

Интенциональность. Важным элементом является анализ намерений авторов контента (журналистов, блогеров, рекламодателей). Что они хотят донести до аудитории? Каковы их цели и мотивы?

Рецепция. Лингвопрагматика также изучает, как аудитория воспринимает и интерпретирует сообщения. Важно понимать, как разные группы людей могут по-разному реагировать на один и

тот же контент [4].

Риторика и манипуляция. В медиа-пространстве нередко используются риторические приемы для воздействия на аудиторию. Лингвопрагматический анализ может выявлять, как язык и структура материалов способствуют манипуляции общественным мнением.

Мультивариативность. Влияние различных медиаформатов (текст, видео, аудио) на передачу и восприятие информации также является значимым. Политические и социальные сообщения могут по-разному восприниматься в зависимости от формата их представления.

Применение в практической сфере представляет собой следующие аспекты.

Прежде всего, следует упомянуть журналистику. Анализ языковых стратегий, используемых в новостных статьях, может выявить позиции и предвзятости медиа-организаций [5].

Далее важным аспектом является реклама. Исследование того, как маркетологи используют лингвопрагматические приемы для формирования образа продукта и взаимодействия с потребителями.

Отметим значимость социальных сетей. Например, изучение влияния языка постов на поведение пользователей, реакции и дискуссии.

Таким образом, лингвопрагматический подход позволяет глубже понять динамику общения в медиа – пространстве, а также механизмы, через которые формируется общественное мнение и культурные идентичности [6].

В нашем исследовании мы поставили перед собой задачу проанализировать аттрактивные стратегии, используемые в российских сетевых изданиях, через призму лингвопрагматического подхода. В рамках этого исследования мы осветим выбор объектов, критерии их отбора, а также методы, которые были применены для анализа.

Основными объектами нашего исследования стали два популярных российских сетевых издания «Медуза» и «РБК». Эти издания были выбраны не случайно, поскольку они активно представляют собой современный медиалаундшоп и обладают высокой посещаемостью. Популярность и разнообразие представленных ими тем делают их интересными для глубокого анализа аттрактивных стратегий, которые формируют их контент [7].

При отборе изданий мы приняли во внимание несколько ключевых критериев. Во-первых, мы ориентировались на их популярность: все указанные ресурсы находятся среди наиболее читаемых в России, что позволяет легко наблюдать за их влиянием на общество. Во-вторых, разнообразие тематики является важным фактором — в этих

изданиях широко представлены политические, экономические и культурные материалы, что дает возможность проанализировать различные аспекты создания аттрактивного контента [8]. Также нас интересовало, как они внедряют инновации в репортажах, такие как мультимедийные элементы и интерактивные форматы.

Мы ограничили временные рамки исследования материалами, опубликованными в 2020 году. Это был особенный период, когда медиаландшафт изменился на фоне глобальных событий, включая пандемию COVID-19, что дало возможность увидеть, как кризисные ситуации влияют на подход к освещению актуальных тем в медиа.

Для сбора и анализа данных мы назначили несколько методов, которые позволили глубоко исследовать выбранные издания. Первый из них – контент-анализ. Этот метод включает в себя систематическое изучение статей, опубликованных в выбранных изданиях. Мы тщательно анализировали заголовки на предмет их структуры, эмоциональной окраски и риторических приемов, а также исследовали, как представлена информация в первых абзацах и какие визуальные элементы используются.

Параллельно с контент-анализом мы применили семантический анализ, фокусируясь на языковых средствах, что дало нам возможность выявить эмоциональную нагрузку текстов, а также стилистические приемы, такие как метафоры и риторические вопросы [9]. Это помогло понять, каким образом журналисты создают активное взаимодействие с читателями.

Не менее важным был качественный анализ, в рамках которого мы исследовали глубину контекста, в котором происходили представленные события. Это дало нам возможность оценить социальные и культурные аспекты, отраженные в отобранном контенте, а также оценить восприятие аудитории и уровень их вовлеченности [10].

Данные были собраны из открытых источников на сайте каждой из выбранных редакций. Мы отбрали актуальные статьи, соответствующие ранее определенным критериям. Весь процесс сбора и анализа данных был тщательно задокументирован, что обеспечило прозрачность исследования и возможность его воспроизведения.

Таким образом, методология нашего исследования позволяет глубже понять использование аттрактивных стратегий в российских сетевых изданиях. Применение системного подхода, который включает контентный и семантический анализы, помогает нам раскрыть динамику современного медиадискурса и оценить влияние различных стратегий на аудиторию [11].

Перейдем к анализу использованных стратегий в сетевых изданиях. Анализ аттрактивных стратегий, используемых в российских сетевых изданиях, позволяет углубиться в природу медиадискурса и понять, как противостояние за внимание аудитории приводит к созданию оригинального контента. На рассмотрении, как уже упоминали выше, издания «Медуза» и «РБК». Проанализируем их подходы и методы.

«Медуза» представляет собой некую провокацию и вовлечение. В ней аттрактивные стратегии ярко выражены в острых заголовках, которые сразу же привлекают внимание. Заголовки этого издания зачастую полны провокаций и вызывающих эмоции слов, что побуждает читателей к клику. Например, заголовки могут содержать активные глаголы, словно призывая к действию: «Сломали», «Взорвали». Использование интригующих вопросов, таких как «Что будет дальше?», создает ауру тайны, сделав материал более привлекательным.

Однако «Медуза» не ограничивается лишь интригующими заголовками. Она активно комбинирует текст с мультимедийными элементами, включая видео, инфографику и фотографии. Такой подход помогает создать многослойный контент, который читателю воспринимать легче и интереснее [12]. Например, инфографика, визуализирующая статистику и факты, делает сложную информацию более доступной. Видеоматериалы, включающие в себя интервью с экспертами, добавляют динамики и оживляют представление материала.

Личностный подход представляет собой еще одну важную стратегию «Медузы». Здесь акцент делается на личных историях тех людей, которые сталкиваются с серьезными проблемами. Интервью с такими личностями, описывающие их переживания и борьбу, создают атмосферу близости и доверия. Читатели не только информируются о ситуации, но и могут почувствовать себя частью этого контекста.

«РБК» представляет собой авторитет и структуру. В данном издании стратегии аттракции фокусируются на экспертных мнениях и структурированности материалов. Этот ресурс делает упор на вовлечение авторитетных экспертов, что значительно увеличивает доверие к опубликованной информации. Цитаты известных экономистов или аналитиков предоставляют читателям ощущение, что они получают знания от надежных источников, углубляя понимание обсуждаемой темы [13].

Кроме того, «РБК» уделяет внимание четкой структуре своих материалов. Использование подзаголовков, списков и вводных резюме помогает читателям быстро понимать основное содержание статьи. Организованная подача информации поз-

воляет сконцентрироваться на главных темах и фактах, что особенно ценно в современном мире, где темп жизни стремителен, а время составляет дефицит.

Инфографика также играет значительную роль в «РБК». Визуализация данных – это еще один козырь в арсенале этого издания. Графики, диаграммы и карты помогают читателям легче воспринимать сложные сведения и делают материалы более жизнеспособными.

Аналитический подход, характерный для «РБК», предлагает более глубокое понимание событий. Публикации с акцентом на анализ причин и последствий, раскрывают тему гораздо шире, чем просто представление фактов. Это стимулирует читателей к критическому мышлению и расширяет их осведомленность о происходящих событиях.

Аттрактивные стратегии, используемые «Медузой» и «РБК», подчеркивают разнообразие подходов в создании медиаконтента. Каждый из этих ресурсов использует уникальные методы для привлечения и удержания аудитории, используя как яркие провокации, так и глубокие исследования [14]. В результате, современный медиапейзаж становится более насыщенным и разнообразным, а читатели получают возможность не только быть информированными, но и сопереживать другому. В условиях информационной перегрузки такие стратегии становятся определяющими для успешного медиа.

Перспективы данного исследования аттрактивных стратегий в цифровом медиадискурсе открывают множество новых горизонтов, которые будут полезны для дальнейшего анализа и практики [15]. В условиях быстро меняющегося мира медиа и стремительного развития технологий цифровых коммуникаций, изучение медиаконтента и его влияния на аудиторию становится особенно актуальным.

Одним из направлений будущих исследований является расширение анализа на новые форматы медиа. Мы видим, что традиционные текстовые статьи уже не единственный способ подачи информации. В частности, подкасты становятся все более популярными, и исследование стратегий, используемых для привлечения аудитории в этом формате, может дать много полезных инсайтов о том, как формируется медийный дискурс. Также важно обратить внимание на видеоблоги и стриминговые платформы, которые дают возможность исследовать, как визуальный контент использует аттрактивные стратегии для вовлечения зрителей.

Еще одной важной составляющей перспектив исследования являются психологические аспекты

взаимодействия с аудиторией. Углубленное изучение того, как различные аттрактивные стратегии влияют на эмоциональное восприятие и поведение читателей, обеспечит нас новыми знаниями о том, как медиа формируют общественные мнения. Понимание механизмов воздействия контента на восприятие может помочь журналистам, специалистам по связям с общественностью и маркетологам более эффективно адаптировать свои подходы для достижения максимального результата.

Также стоит отметить необходимость сравнительного анализа международного опыта в сфере медиадискурса. Это будет отличной возможностью для изучения различных подходов к аттрактивным стратегиям на международном уровне. Сравнение российских сетевых изданий с зарубежными аналогами может открыть новые горизонты и выявить как уникальные черты, так и общие тенденции, что позволит глубже понять влияние культурных, социальных и экономических факторов на медиапрактики в разных странах.

Кроме того, технологические инновации и цифровые достижения, такие как искусственный интеллект и машинное обучение, позволяют проводить более детализированные и комплексные исследования контента. Использование этих технологий поможет анализировать большие объемы данных о медиапотреблении, определять успешные стратегии взаимодействия с читателями на основе их поведения и разрабатывать инструменты для автоматизированного создания аттрактивного контента.

Наконец, исследование возможностей взаимодействия с читательской аудиторией станет неотъемлемой частью будущих исследований. Применение социологических опросов, фокус-групп и анализа комментариев поможет глубже понять, что именно привлекает читателей и как они реагируют на различные форматы контента [16]. Эффективные методы вовлеченности не только укрепят связь с существующими читателями, но и смогут привлечь новых.

Выводы

В заключение можно сказать, что перспективы данного исследования открывают множество многообещающих направлений для дальнейшего изучения в области медиадискурса. Развитие новых форматов, понимание психологических механизмов восприятия информации и возможность использования инновационных технологий значительно расширят границы существующих знаний [17]. Это позволит журналистам, медиапрофессионалам и исследователям глубже осознать динамику современного медиапейзажа и улучшить подходы к созданию аттрактивного и вовлекающего контента.

Список источников

1. Анисимова Т.В. Аттрактивность текста: коммуникативно-прагматический аспект // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2021. Т. 20. № 1. С. 6 – 16.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. Москва: Искусство, 1979. 424 с.
3. Бергельсон М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 1. С. 55 – 69.
4. Ворошилова М.Б. Креолизированный текст: теория и практика. 2-е изд., испр. и доп. Москва: ЛИБРОКОМ, 2021. 176 с.
5. Горошко Е.И. Интернет-коммуникация: проблемы и перспективы // Жанры речи. 2022. № 1 (15). С. 110 – 124.
6. Дмитриева О.А. Медиадискурс как объект лингвистического исследования // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2023. Т. 22. № 2. С. 6 – 15.
7. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход. Москва: Флинта: Наука, 2020. 203 с.
8. Иванова С.В. Медиатекст в эпоху цифровых технологий: новые вызовы и перспективы // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. № 1 (833). С. 9 – 18.
9. Лихачева О.Н., Рубан Д.А., Комерзан А.Н., Черкесов Т.А. Самостоятельная работа студентов технических вузов как один из факторов успешного овладения иноязычной коммуникативной компетенцией // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2017. № 133. С. 1209 – 1219.
10. Лихачева О.Н. Самостоятельная работа как эффективное средство формирования и совершенствования иноязычной коммуникативной компетенции студентов в условиях неязыкового вуза // Актуальные вопросы теории и практики языковедческих исследований: Материалы III Международной научно-практической конференции. 2018. С. 541 – 549.
11. Сайко Д.С., Ковалева Е.Н. Развитие познавательных способностей обучающихся через различные формы самостоятельной работы // Проектирование. Опыт. Результат. 2018. № 1. С. 18 – 20.
12. Шелепова И.Г. Методика применения научно-исследовательских работ учащихся на уроке рефлексии, развивающего контроля // Проектирование. Опыт. Результат. 2018. № 1. С. 37 – 42.
13. Луман Н. Реальность массмедиа. Москва: Праксис, 2020. 256 с.
14. Сидоров В.А. Лингвистические особенности интернет-СМИ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. № 1. С. 112 – 116.
15. Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры: динамические процессы в эпоху цифровых коммуникаций. Москва: Ленанд, 2021. 296 с.
16. Солганик Г.Я. О закономерностях строения и функционирования публицистического текста // Журналистика и культура русской речи. 2023. № 1. С. 34 – 45.
17. Шилина А.Г. Медиакоммуникации: тенденции развития в цифровую эпоху // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2025. Т. 30. № 1. С. 162 – 171.

References

1. Anisimova T.V. Text attractiveness: communicative-pragmatic aspect. Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics. 2021. Vol. 20. No. 1. P. 6 – 16.
2. Bakhtin M.M. Aesthetics of verbal creativity. Moscow: Iskusstvo, 1979. 424 p.
3. Bergelson M.B. Language aspects of virtual communication. Bulletin of Moscow University. Series 19, Linguistics and intercultural communication. 2020. No. 1. P. 55 – 69.
4. Voroshilova M.B. Creolized text: theory and practice. 2nd ed., corrected. and add. Moscow: LIBROKOM, 2021. 176 p.
5. Goroshko E.I. Internet communication: problems and prospects. Speech genres. 2022. No. 1 (15). P. 110 – 124.
6. Dmitrieva O.A. Media discourse as an object of linguistic research. Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics. 2023. Vol. 22. No. 2. P. 6 – 15.
7. Dobrosklonskaya T.G. Media linguistics: a systems approach. Moscow: Flinta: Nauka, 2020. 203 p.

8. Ivanova S.V. Media text in the digital era: new challenges and prospects. Bulletin of Moscow State Linguistic University. Humanities. 2024. No. 1 (833). P. 9 – 18.
9. Likhacheva O.N., Ruban D.A., Komerzan A.N., Cherkesov T.A. Independent work of students of technical universities as one of the factors of successful mastering of foreign language communicative competence. Polythematic network electronic scientific journal of the Kuban State Agrarian University. 2017. No. 133. P. 1209 – 1219.
10. Likhacheva O.N. Independent work as an effective means of forming and improving foreign language communicative competence of students in the conditions of a non-linguistic university. Actual issues of theory and practice of linguistic research: Proceedings of the III International scientific and practical conference. 2018. P. 541 – 549.
11. Saiko D.S., Kovaleva E.N. Development of students' cognitive abilities through various forms of independent work. Design. Experience. Result. 2018. No. 1. P. 18 – 20.
12. Shelepova I.G. Methodology for using students' research works in the lesson of reflection, developmental control. Design. Experience. Result. 2018. No. 1. P. 37 – 42.
13. Luman N. The reality of mass media. Moscow: Praxis, 2020. 256 p.
14. Sidorov V.A. Linguistic features of online media. Bulletin of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication. 2022. No. 1. P. 112 – 116.
15. Smetanina S.I. Media text in the cultural system: dynamic processes in the era of digital communications. Moscow: Lenand, 2021. 296 p.
16. Solganik G.Ya. On the patterns of structure and functioning of a journalistic text. Journalism and culture of Russian speech. 2023. No. 1. P. 34 – 45.
17. Shilina A.G. Media communications: development trends in the digital age. Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Literary criticism, journalism. 2025. Vol. 30. No. 1. P. 162 – 171.

Информация об авторе

Ван Пэйхуа, аспирант, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-2899-4436>, Санкт-Петербургский государственный университет, st108323@student.spbu.ru

© Ван Пэйхуа, 2025