ВЕСТНИК ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ НАУК

2026, Том 6, № 6

Подписано к публикации: 20.05.2026

Главный редактор журнала

***Балута Анастасия Анатольевна**, доктор филологических наук, доцент*

Члены редакционной коллегии

***Атаев Борис Махачевич** (РФ, г. Махачкала) – доктор филологических наук, профессор*
***Богданова Ольга Владимировна** (РФ, г. Санкт-Петербург) – доктор филологических наук, профессор*
***Биданюк Марзият Мугдиновна** (РФ, г. Майкоп) – доктор филологических наук*
***Гасанова Узлипат Усмановна** (РФ, г. Махачкала) – доктор филологических наук, профессор*
***Горшунов Юрий Владимирович** (РФ, г. Бирск) – доктор филологических наук, профессор*
***Гумовская Галина Николаевна** (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор*
***Дергачева Ирина Владимировна** (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор*
***Епифанцева Наталия Глебовна** (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор*
***Жирова Ирина Григорьевна** (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор*
***Закирова Елена Сергеевна** (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор*
***Захарова Виктория Трофимовна** (РФ, г. Нижний Новгород) – доктор филологических наук, профессор*
***Зумбулидзе Ия Гурамовна** (Грузия, г. Кутаиси) – доктор филологических наук, профессор*
***Ибрагимова Мариза Огланова** (РФ, г. Махачкала) – доктор филологических наук, доцент*
***Лисицкая Лариса Григорьевна** (РФ, г. Армавир) – доктор филологических наук, профессор*
***Лиходкина Ирина Александровна** (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, доцент*
***Мазирка Ирина Олеговна** (РФ, г. Мытищи) – доктор филологических наук, профессор*
***Маркова Елена Ивановна** (РФ, г. Петрозаводск) – доктор филологических наук*
***Мощева Светлана Васильевна** (РФ, г. Иваново) – доктор филологических наук, доцент*
***Наджиева Флора Султан гызы** (Азербайджан, г. Баку) – доктор филологических наук, профессор*
***Никитина Татьяна Геннадьевна** (РФ, г. Псков) – доктор филологических наук, профессор*
***Окорокова Варвара Борисовна** (РФ, г. Якутск) – доктор филологических наук, профессор*
***Павлова Елена Касимовна** (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, доцент*
***Павлова Ольга Александровна** (РФ, г. Краснодар) – доктор филологических наук, доцент*
***Рзаев Фикрет Чингиз оглу** (Азербайджан, г. Баку) – доктор филологических наук, профессор*
***Рогалёва Елена Ивановна** (РФ, г. Псков) – доктор филологических наук, доцент*
***Степанова Надежда Сергеевна** (РФ, г. Курск) – доктор филологических наук, доцент*
***Султанбаева Хадиса Валиевна** (РФ, г. Уфа) – доктор филологических наук, доцент*
***Толкачев Сергей Петрович** (РФ, г. Москва) – доктор филологических наук, профессор*
***Цветова Наталья Сергеевна** (РФ, г. Санкт-Петербург) – доктор филологических наук, доцент*

«Вестник филологических наук» включен в перечень ВАК с 20.12.2022 г., Единый государственный перечень научных изданий (ЕГПНИ) - «Белый список» с 09.09.2025 г., Elibrary.ru.
Адрес редакции, издателя: 308024, Белгородская обл., г. Белгород, ул. Костюкова 12а-132
Регистрационный номер СМИ: Эл № ФС77-84021 выдан 11 октября 2022г. Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
ISSN 2782-5329 (online)

E-mail: info@vfn-journal.ru
Сайт: https://vfn-journal.ru

© Вестник филологических наук, 2026

Содержание

Билялова А.А., Дорофеева Е.В., Субботина Н.С.
Современная неология: норма, узус, деривационная продуктивность и неографические стратегии 6-13

Гэнэн Э.Э.
Регионоведение и международная коммуникация в КНР: институциональная конвергенция как стратегия внешнего позиционирования 14-20

Давыдова К.В., Соболева Е.А.
Соматическая фразеология как средство художественной репрезентации травмы и отчуждения 21-28

Демина Д.Л., Гайнуллина Д.Т.
Значение антропонимов в романе Чхон Мёнгвана «Кит» 29-36

Коев С.Ю.
Задача WSD - современные способы разрешения многозначности 37-41

Фан Цюань, Ли Цзэмин
Актуальные направления и тенденции исследований литературы этнических меньшинств из Синьцзяна (Китай) в Японии: библиометрический анализ на основе CiteSpace 42-50

Магомедов Г.А., Джидалаева Г.А.
Жанровая палитра в дагестанской политической журналистике 51-58

Меликян А.А., Овсепян К.А.
Структурно-графическая стратификация эргонимов сферы гостеприимства России в условиях лингвоправового регулирования 59-66

Сагирьянц Е.С., Метейко В.В.
Семантическая структура морфологических категорий русского языка: параметры самостоятельности и направленности отношений 67-73

Молодинская В.А.
Интердискурсивность в новеллах Р.Л. Стивенсона: механизмы ассимиляции и критического переосмысления нелитературных дискурсов 74-81

Орлова С.Л., Скоморохова С.В.
Принципы разграничения омонимии и полисемии суффиксов на примере суффиксов существительных среднего рода в русском языке 82-88

Карпенко И.И., Черненко А.В., Осадчий К.А.
Омниканальность как актуальная стратегия развития современных медиа 89-96

Расторгуев А.В.
Гибридизация журналистики и PR в цифровой медиасреде как фактор трансформации журналистской повестки дня 97-104

Скулимовская Д.А.
Конструирование политического смысла в медиадискурсе: интерпретативный аспект 105-110

Гао Сутонг
Исследование по применению «Умение хорошо рассказывать истории Китая» в преподавании английского языка в вузах 111-115

Уздеева Т.М., Хадзиева А.А.
Концепт «почва» и его реализация в повести «Проездом» П.Д. Боборыкина 116-120

Ху Чжипэн
Стилевой плюрализм в романе Захара Прилепина «Тума»: аспект языковой композиции 121-126

Алексеев Д.И., Керимова Д.Ф.
Формирование информационной политики регионального телеканала: факторный анализ и аудиторные диспропорции (на материале «Реутов ТВ») 127-134

Вишневский А.В.
Техники экспликации в переводе художественного текста 135-145

Григоренко Н.А.
Профессиональная терминология оленеводства в речи русскоговорящих эвенов Камчатки как результат русско-эвенского двуязычия 146-155

Донцова О.В.
Философия консьюмеризма и культура потребления как элемент идеологии романа В. Набокова «Лолита» 156-168

Дылевский Д.Э., Овруцкий А.В.
Доверие российского общества различным источникам информации и высокий запрос честности 169-174

Карагодская Ю.С., Седова В.К.
Гендерные особенности и речевые манипуляции в американском блоговом дискурсе: лингвистические индикаторы маркированного поведения 175-181

Касьянова М.Л.
Грани образа королевы Елизаветы в биографии Дж. Литтона Стрейчи «Королева Елизавета и граф Эссекс» 182-189

Качко С.С.
Медиаобраз региона в контексте визуального контента интернет-СМИ 190-196

Ли СиЛэй
Исследование русского перевода культурно-специфической лексики «Шицзина» с точки зрения теории скопоса 197-203

Ловков М.А.
Актуальные теоретико-методологические подходы к изучению российской кинодокументалистики в контексте цифровых медиакоммуникаций 204-211

Дзюбин И.Д.
Специфика масс-медиа как социального института и его роль в обществе 212-215

Кочуланова Е.В.
Регионализмы как маркеры локальной идентичности в творчестве курского писателя М.Н. Еськова 216-221

Муравьев Ю.А.
Частотность и контекстуальные значения русскоязычных заимствований в американском публицистическом дискурсе 222-228

Павлова И.Н.
Концептуализация эмоции «любовь» в идиоматических фондах английского и русского языков: сопоставительный анализ 229-233

Тарасова А.Н., Косарева Е.В.
Лингвостилистические особенности эмоционально-оценочной лексики в англоязычном новостном медиатексте 234-238

Тимошенко Ю.М.
Синтаксические особенности вербальной агрессии в английском и русском языках 239-246

Трофимова Н.А., Фазлиева Д.И.
Типологическая модель языковых приёмов убеждения в социальном рекламном дискурсе 247-256

Чан Ваньцзюнь
Разработка упражнений и заданий на развитие лексической компетенции русского языка у китайских студентов на уровне B1 при помощи игровых технологий 257-265

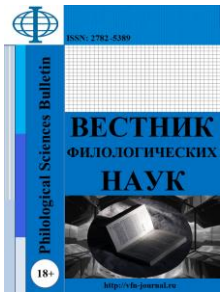
Чжан Юйин
Эпистемическое позиционирование в русских приметах 266-272

Чжэн Чжоу
Противоречия брачного института в России после судебной реформы 1864 года на примере романа «Анна Каренина» 273-278

Гимальдинов А.И., Шабалина Н.Н., Ганеева З.Б., Шайхлисламова А.Г.
«Визуализация» образа Пушкина в современной детско-юношеской прозе (на материале произведений А. Гиваргизова «Записки выдающегося двоечника», Т. Стамовой «Прекрасный Пушкин», В. Дегтевой «Рыцарь Рыжик», П. Власова «Рыцарь, кот и балерина») 279-286

Щербинина Х.
«Свое и чужое» – «свое vs. чужое» – «чужое как свое»: семантика и прагматика культурных трансферов 287-291

Яблонских А.В., Кукса А.В.
Основы захвата внимания целевой аудитории в цифровой медиасреде 292-302



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 811.161.1'373.43
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-6-13

[1] Билялова А.А., [1] Дорофеева Е.В., [1] Субботина Н.С.

[1] Казанский (Приволжский) федеральный университет

Современная неология: норма, узус, деривационная продуктивность и неографические стратегии

Аннотация: *статья представляет собой аналитический обзор современных исследований по неологии русского языка за период 2019-2025 гг. Цель работы состоит в уточнении теоретического статуса современной неологии и в выявлении ведущих направлений развития неологических исследований на материале актуальных публикаций по русскому языку. Материал составили статьи, посвященные цифровому дискурсу, социальной семантике, терминологии цифрового общества, деривационным формантам, новой фразеологии, сверхсловным единицам и неографическим практикам. Использованы методы аналитического обзора, проблемно-тематической классификации, сопоставления исследовательских моделей, а также элементы критической экспертной оценки корпуса работ. Показано, что современная русская неология характеризуется смещением от простой фиксации новых слов к анализу узуализации, прагматической маркированности, словообразовательной адаптации и лексикографического представления новых единиц. Установлено, что наиболее продуктивными зонами неологизации выступают цифровая коммуникация, медиадискурс, терминология цифрового общества и экспрессивные формы Telegram-дискурса. Отдельно подчеркивается рост интереса к сверхсловным единицам, новым фразеологизмам и формальному варьированию терминов. Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных выводов в курсах лексикологии современного русского языка, неологии, медиалингвистики, лексикографии и при разработке принципов неографического описания новой лексики.*

Ключевые слова: *неология, неологизм, узус, деривационная продуктивность, цифровой дискурс, неография, лексикография*

Для цитирования: Билялова А.А., Дорофеева Е.В., Субботина Н.С. Современная неология: норма, узус, деривационная продуктивность и неографические стратегии // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 6 – 13. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-6-13

Поступила в редакцию: 12 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 26 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Bilyalova A.A., [1] Dorofeeva E.V., [1] Subbotina N.S.

[1] Kazan (Volga Region) Federal University

Modern neology: norm, usage, derivational productivity and neographic strategies

Abstract: *the article presents an analytical review of current studies on neology published between 2019 and 2025. The aim of the study is to clarify the theoretical status of contemporary neology and to identify the principal lines of development in recent research devoted to new lexical units in Russian. The material includes works on digital discourse, social semantics, the terminology of the digital society, derivational formants, new phraseology, superword units, and neographic practices. The methodological basis combines literature review, problem-based*

thematic classification, comparison of research models, and elements of critical expert assessment. The analysis shows that contemporary Russian neology is moving from simple registration of new words toward the study of usage-based stabilization, pragmatic markedness, word-formation adaptation, and lexicographic representation of innovations. The most productive areas of neologization are digital communication, media discourse, the terminology of the digital society, and expressive formations of Telegram discourse. Special attention is also drawn to superword units, new phraseological formations, and formal variation in emerging terminology. The conclusions may be used in university courses on modern Russian lexicology, neology, media linguistics, and lexicography.

Keywords: *neology, neologism, usage, derivational productivity, digital discourse, neography, lexicography*

For citation: Bilyalova A.A., Dorofeeva E.V., Subbotina N.S. Modern neology: norm, usage, derivational productivity and neographic strategies. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 6 – 13. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-6-13

The article was submitted: April 12, 2026; Approved after reviewing: April 26, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Современная неология русского языка находится в точке интенсивного методологического обновления. Если в классическом понимании объектом неологии являлось прежде всего новое слово как номинативная единица, то в исследованиях последних лет наблюдается отчетливое расширение предметного поля. В фокус попадают не только лексические новообразования, но и сверхсловные единицы, неофразеологизмы, вариативные терминологические комплексы, гибридные графико-словообразовательные образования и новые модели их лексикографической фиксации [6, 9, 10, 11].

Такое смещение связано не только с ускорением языковой динамики, но и с изменением самой коммуникативной среды. Интернет и платформенная медиакоммуникация формируют принципиально иные режимы возникновения и распространения новых единиц. Для современной языковой ситуации характерна высокая скорость перехода от окказионального употребления к широкому узусу, а в отдельных случаях и к частичной кодификации. В этой связи традиционные критерии выделения неологизма, основанные на новизне, частотности и ощущении необычности, требуют уточнения применительно к цифровой эпохе [1, 7].

В отечественной традиции важным остается вопрос о соотношении неологии и неографии. Учебное пособие Т.В. Поповой, Л.В. Рацибурской и Д.В. Гугунавы систематизирует это поле как единство двух исследовательских векторов: анализа процессов появления новых единиц и практик их словарного описания [1]. Однако актуальные публикации показывают, что в условиях цифрового дискурса неография перестает быть вторичной фиксацией уже состоявшегося языкового факта. Напротив, словарь, база данных и цифровая панель наблюдения все чаще становятся инструментом оперативного мониторинга и интерпретации языковой новизны.

Особого внимания требует категория узуса. Для современного этапа характерна ситуация, при которой новая единица сначала закрепляется в сетевом, профессиональном или медиальном употреблении, затем расширяет сферу функционирования и лишь после этого может претендовать на нормативное признание.

Следовательно, узус уже нельзя рассматривать как периферию по отношению к норме. В области неологии именно узуализация выступает ключевым фильтром жизнеспособности инновации. Это наблюдение принципиально для оценки слов молодежного, интернет-дискурса, а также для терминов цифрового общества.

Не менее значима проблема деривационной продуктивности. Современные работы показывают, что неологизация русского языка осуществляется не только путем прямого заимствования, но и через внутренние механизмы словообразовательной адаптации. Заимствованный материал включается в русскую деривационную систему, образуя цепочки и парадигмы, в которых особенно активны интернациональные форманты, префиксоиды, суффиксоиды, графические гибриды и контаминационные модели [2, 3, 8]. Тем самым современная неология оказывается тесно связанной с дериватологией и прагмалингвистикой.

Цель настоящей статьи состоит в систематизации основных направлений современной неологии русского языка на материале публикаций 2019-2025 гг. и в уточнении теоретических параметров описания новых единиц через категории нормы, узуса, деривационной продуктивности и неографической репрезентации. Научная задача статьи двойная. С одной стороны, требуется представить картину актуальных исследований. С другой стороны, необходимо дать критическую экспертную оценку используемых подходов, указав на их методологические преимущества и ограничения.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования послужил корпус научных публикаций по проблематике современной неологии русского языка, отобранных по принципу тематической релевантности и хронологической актуальности. В обзор включены работы, посвященные следующим зонам: лексика образовательной сферы [2], новые деривационные форманты [8], интернет-дискурс как среда формирования новой фразеологии [11], функционирование неологизмов в социальных сетях [3, 4], неологизмы социальной семантики [12], терминология цифрового общества [5, 6], словарная репрезентация интернет-лексики [1], сверхсловные единицы военного дискурса [9], а также неографические практики в зарубежной лексикографии [13].

Корпус дополняется теоретическими работами, необходимыми для интерпретации объекта исследования, прежде всего учебным пособием по неологии и неографии современного русского языка [10] и статьей о статусе неологизма в современной лингвистике [7]. Выбор данных источников обусловлен тем, что они обеспечивают комплексный охват ключевых направлений современной неологии: от конкретных сфер бытования новых единиц (образование, интернет, соцсети, военный дискурс) до теоретического осмысления самого феномена неологизма.

Методика исследования включает аналитический обзор литературы, проблемно-тематическую классификацию источников, элементы сравнительно-сопоставительного анализа и критическую экспертную оценку методологических решений, примененных авторами рассмотренных работ. Внутри корпуса были выделены пять аналитических кластеров: 1) цифровой и сетевой дискурс, 2) словообразовательная и деривационная динамика, 3) социальная семантика и медиальная прагматика, 4) сверхсловные и фразеологические инновации, 5) неография и лексикографические инструменты.

При интерпретации материалов использовались следующие рабочие понятия. Под неологизмом понимается новая языковая единица, находящаяся на стадии вхождения в узус и еще не утратившая признака новизны для языкового сознания носителей. Под узусом понимается повторяющаяся и социально распределенная практика употребления, предваряющая или сопровождающая нормативное признание инновации. Под деривационной продуктивностью понимается способность словообразовательной модели или форманта регулярно участвовать в создании новых единиц, обладающих воспроизводимостью в речи. Под неографией понимается совокупность принципов фиксации, описания и систематизации новых единиц в словарях и иных справочных ресурсах.

Для наглядного представления результатов была подготовлена диаграмма (рис. 1), отражающая основные направления работ по неологии.

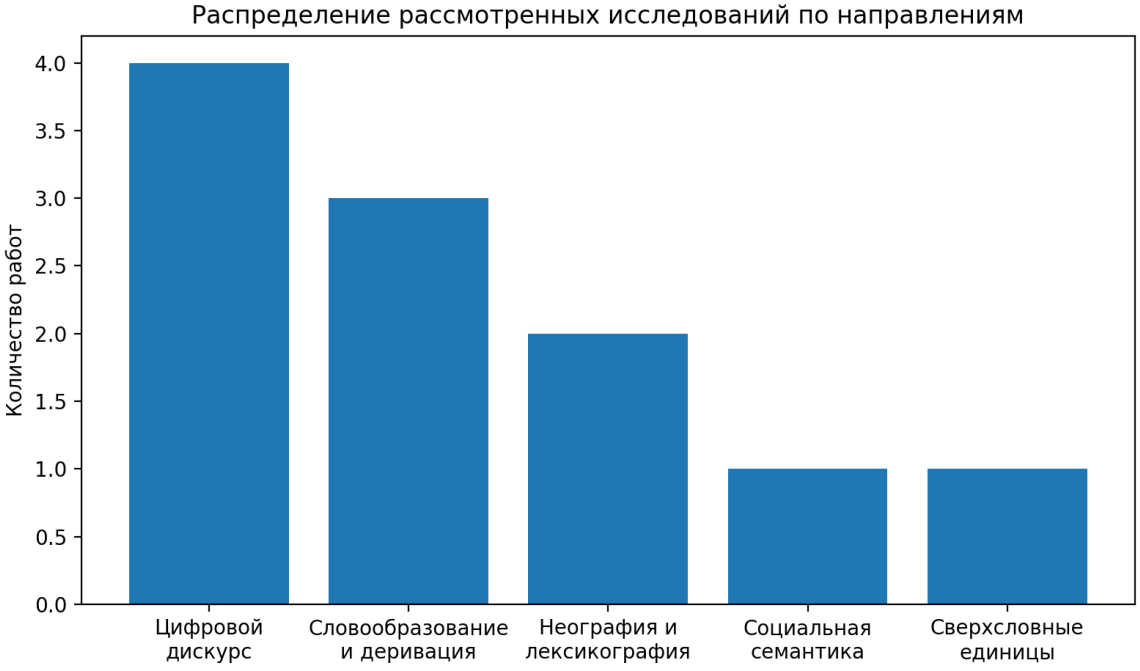


Рис. 1. Распределение рассмотренных исследований по основным направлениям обзора.
Fig. 1. Distribution of the reviewed studies by the main areas of the review.

Результаты и обсуждения

Теоретический статус неологизма: от новизны к узуализации

Интенсивное пополнение словарного состава языка наблюдается в период общественных перемен, в результате которых появляются новые реалии, понятия, требующие номинации. К таким эпохам принадлежит и наше время. Исследователи русского языка отмечают подъём словообразовательной активности в современном коммуникативном пространстве. Одна из центральных проблем современной неологии связана с тем, что критерий новизны перестает быть самодостаточным. Одной из нерешённых проблем неологии, как и любой новой отрасли научного знания, является отсутствие чёткой терминологической базы, в том числе при определении объекта неологии – неологизма. В неологической терминологической системе новое слово имеет несколько названий: новообразование, новация, инновация, неономинация, новая номинация, новшество, неологизм, окказионализм. Существует мнение, что целесообразно ставить знак равенства между терминами «новообразование» и «неологизм», а все новые словарные единицы, новые фразеологизмы, новые значения и новые варианты словоупотребления обозначить одним общим термином – «лексические инновации», а неологизмы как узуальные единицы языка считать их «частным случаем» [7]. Некоторые исследователи предлагают отказаться от термина «неологизм» в пользу более нейтральных и широких понятий «новация», «инновация» либо обобщающего термина «лексические новшества» [1]. Проблема дефиниции неологизма сохраняет актуальность и для новейших исследований, поскольку цифровая коммуникация придает категории новизны подвижный и неоднородный характер.

В современном узусе можно наблюдать по меньшей мере три сценария существования новой единицы. Первый сценарий связан с обозначением принципиально новой реалии. Второй – с переосмыслением уже существующего слова или модели. Третий – с переносом единицы из ограниченного профессионального или сетевого употребления в более широкий медиальный оборот. Для описания этих процессов одной только оппозиции «новое – не новое» уже недостаточно. Гораздо продуктивнее анализировать траекторию единицы в координатах «окказиональность – узуализация – частичная кодификация».

Именно категория узуса позволяет объяснить, почему одни инновации быстро теряют статус новизны, а другие сохраняют его на протяжении длительного времени. Если слово активно воспроизводится в разных источниках, проявляет словообразовательный потенциал и входит в сочетательные ряды, оно перестает быть единичным случаем и превращается в объект не только стилистического, но и лексикографического внимания. Эта логика отчетливо представлена в исследованиях образовательной лексики, цифровой терминологии и сетевого дискурса [2, 5, 6].

Деривационная продуктивность как индикатор живой неологизации

Существенный вклад в понимание механизмов современной русской неологизации вносит статья Н.А. Николиной, Л.В. Рацибурской и В.Г. Фатхутдиновой, где рассматриваются новые функциональные характеристики известных формантов и появление новых деривационных элементов. Исследователи показывают, что современные деривационные процессы наглядно демонстрируют формирование новых словообразовательных средств: суффиксов -инг, -раст; суффиксоидов -гейт, -оголик; префиксов мега-, нон-, он-, оф-; подвижных формантов ап, аут, ин, овер. Основной источник новых морфем – заимствования, по большей части из английского языка [8, с. 14-15]. Принципиально важно, что речь идет не просто о механическом заимствовании, а о встраивании элементов в русскую словообразовательную систему. Более того, деривационная продуктивность в этой перспективе предстает как процесс не только структурный, но и прагматический. Формант становится продуктивным не тогда, когда он формально присутствует в нескольких словах, а тогда, когда начинает распознаваться носителями как модель, пригодная для серийного порождения новых единиц. Именно поэтому современные неологические исследования все чаще пересекаются с дериватологией и прагмалингвистикой. Неологизм оказывается показателем того, как система языка перерабатывает внешние импульсы средствами внутренних ресурсов.

Материал образовательной сферы подтверждает ту же тенденцию. А.Г. Гатауллина и Р.Р. Залялова показывают, что значительная часть образовательных неологизмов современного русского языка происходит при помощи заимствований из английского языка. По способу образования большинство описанных в работе неологизмов представляют собой копии дефиниций языка-источника, принявшие русский графический и фонетический облик. Одни слова прочно закрепились в языке и характеризуются высокой частотностью употребления (дистанционное обучение, тьютор, вебинар, лэпбук, тотальный диктант, портфолио), другие находятся на начальной стадии развития, используются реже (кейс, коучинг, веб-квест, диктатор). Отмечаются и случаи вариантного употребления тогда, когда в речевой практике встречаются варианты в написании и произношении новых слов, что приводит к путанице в их употреблении (тестор или тестер)

[2]. Следовательно, продуктивность должна оцениваться не по происхождению единицы, а по степени ее интеграции в русскую языковую систему.

Особенно показательны экспрессивные словообразовательные процессы в сетевом дискурсе. Для создания новых лексических единиц в интернет-коммуникации адресант, как правило, использует те же неузуальные способы деривации, что и в печатных СМИ. Однако здесь становятся актуальными экспрессивные способы, которые находятся на периферии языка. В.Е. Замальдинов фиксирует контаминацию, междусловное наложение, графиксацию, тмезис и использование прецедентных феноменов как активные способы создания новых единиц в сетевой среде [3]. Здесь деривационная продуктивность тесно связана с установкой на оценочность, языковую игру и привлеченность внимания адресата. Иначе говоря, продуктивными оказываются не только форманты, но и целые стратегии языкового креатива. Новые лексические единицы участвуют в создании комического или сатирического эффекта, реагируют на изменения в общественно-политической жизни страны. Интернет-среда стала своеобразной лабораторией, проводящей языковой эксперимент, результаты которого необходимо наблюдать и анализировать.

Цифровой дискурс как основной генератор новых единиц

Работы 2023-2025 гг. убедительно показывают, что центральной зоной современной русской неологии становится цифровой дискурс. Это относится не только к интернет-лексике как таковой, но и к более широким формам цифровой текстуальности. Е.Н. Кондратенко и Н.М. Королева на материале Telegram-пабликов анализируют функционирование слов кринж, треш, фейк, вайб, демонстрируя, что подобные единицы выходят за пределы жаргонного употребления и становятся маркерами групповой идентичности, эмоциональной оценки и стилистической установки [4].

Важное значение имеет исследование Е.С. Астапкиной и А.А. Барковича, посвященное словарной репрезентации лексики русскоязычного интернет-дискурса [1]. Авторы показывают, что цифровая лексика требует не только описания в текстах, но и специальных принципов словарного отражения. В этом контексте особую роль играют темпы обновления материала, вариативность графики, нестабильность значений и размытость границ между общеязыковым и субкультурным употреблением. Для русской неологии принципиально важно, что цифровой дискурс порождает не только новые слова, но и новые способы их циркуляции. Единица может появиться как локальный мем, затем получить медиальное распространение, далее перейти в разговорный узус и лишь после этого войти в словарь. Такая траектория делает цифровую коммуникацию не просто каналом передачи, а производящей средой языковых инноваций.

С цифровизацией тесно связана и терминология цифрового общества. Е.В. Маринова в работе 2024 г. смещает акцент с описания самих терминов на их грамматические характеристики, что особенно важно для современной неологии [6]. Исследование демонстрирует, что грамматическая адаптация и формальная организация термина не менее значимы, чем его номинативная функция. В статье 2025 г. тот же автор рассматривает вариативность на стадии формирования терминологии нового предметного поля и показывает, что конкуренция вариантов является закономерной фазой неологического процесса, а не признаком научной несостоятельности [5]. Тем самым терминология цифрового общества становится областью для наблюдения за переходом от спонтанного называния к частичной стандартизации.

От слова к сверхсловной единице и новой фразеологии

Существенный признак современной неологии состоит в расширении объекта исследования за пределы отдельного слова. Л.Н. Чурилина рассматривает интернет-дискурс как среду формирования новой фразеологии. Автор пишет: «Неологизация фразеологического корпуса оценивается сегодня как универсальный процесс, основу которого составляет формирование новых концептов. Новая фразеология обнаруживает тенденцию к утрате ретроспективности, ее когнитивное ядро становится мобильным, неустойчивым» [11, с. 132]. Этот поворот особенно значим, поскольку именно сверхсловные образования часто несут наиболее выраженную культурную, оценочную и интертекстуальную нагрузку.

Д.А. Новиков в статье «Новые сверхсловные языковые единицы как объект лингвистического исследования» выводит проблему еще дальше, анализируя сверхсловные языковые единицы как самостоятельный объект лингвистического исследования [9]. На материале более двухсот новых выражений военного дискурса автор показывает, что подобные единицы обладают не только номинативной, но и когнитивной функцией. Сверхсловные неологизмы не просто объединяют несколько слов в одну языковую единицу, но и формируют новые значения, которые невозможно вывести из составляющих их компонентов. Для современной русской неологии это означает необходимость переосмыслить само понятие единицы наблюдения.

Расширение объекта имеет и методологические последствия. Если объектом является не только слово, но и устойчивое сочетание, возникает необходимость более гибких критериев отбора материала, учета контекстуальной воспроизводимости, медиальной тиражируемости и степени формальной стабилизации. В

противном случае из поля зрения исследователя выпадают те процессы, которые наиболее ярко характеризуют языковую современность.

Социальная семантика и прагматическое измерение неологизмов

Работа А.В. Щетининой, посвященная русским неологизмам социальной семантики, важна тем, что переводит анализ из плоскости чисто словообразовательного описания в область тематической и социальной типологии [12]. Исследователь показывает, что новая лексика группы «Общество» поддается систематизации по содержательным основаниям и должна рассматриваться не просто как реакция языка на внешние изменения, а как способ семантической переработки социальных процессов. Такой подход согласуется с данными о прагматической и идеологической нагрузке сетевых неологизмов. Новая единица в современном дискурсе часто служит не нейтральным обозначением, а маркером позиции, оценки, иронии, принадлежности или дистанцирования. Это особенно заметно в сетевом дискурсе, где высокая плотность оценочности сочетается с креативным словообразованием. Следовательно, неология все более отчетливо сближается с медиалингвистикой, дискурс-анализом и социолингвистикой.

Неография как активная исследовательская практика

Современная неография перестает быть простой регистрацией фактов. Работы по цифровой терминологии и интернет-лексике показывают, что лексикографическое описание новых единиц все чаще сопряжено с решением теоретических вопросов: что считать единицей словаря, в какой момент фиксировать вариант, как описывать семантическую подвижность, каким образом маркировать степень узуализации [5, 6, 1].

В этом отношении показательна зарубежная работа П. Storjohann о ресурсе IDS-Neo2020+, где неологический словарь совмещается с цифровой панелью визуализации данных [13]. Хотя материал исследования немецкий, сама модель значима и для русской неографии. Она демонстрирует возможность перехода от статичного словаря к динамической системе мониторинга, в которой лексикографическое описание соединяется с дискурсивным и корпусным наблюдением.

Для русской традиции подобный подход представляется особенно перспективным. Сетевые единицы, новые фразеологизмы и терминология цифрового общества плохо укладываются в рамки классической бумажной фиксации. Им требуется формат, допускающий обновление, сопоставление вариантов, указание источников циркуляции и регистрацию прагматической маркированности. Неография будущего, по существу, должна быть не только словарной, но и аналитической.

Критическая оценка современного состояния исследований

С позиции экспертного рецензирования современный корпус работ по русской неологии обнаруживает ряд сильных сторон. К ним относятся актуальность материала, чувствительность к новой коммуникативной среде, расширение объекта исследования и активное внимание к словообразовательным механизмам. Вместе с тем в литературе сохраняются и заметные методологические дефициты.

Во-первых, значительная часть исследований опирается на локальные выборки без четко описанных критериев репрезентативности. Нередко авторы анализируют ограниченный набор единиц, не указывая принцип отбора корпуса, частотные показатели и временные рамки с достаточной точностью. Это снижает сопоставимость результатов и затрудняет переход от частного наблюдения к более общим выводам.

Во-вторых, не всегда последовательно разграничиваются неологизм, окказионализм, жаргонная единица, меметическая единица и случайное графико-стилистическое образование. В результате один и тот же материал может описываться в разных работах под разными терминами. Для области, претендующей на системность, такое терминологическое расхождение остается проблемой.

В-третьих, во многих исследованиях фиксируется структурный приоритет над прагматическим и социолингвистическим анализом. Авторы подробно описывают способы образования новой единицы, но значительно реже прослеживают каналы ее распространения, социальную стратификацию употребления, институциональную поддержку и этапы перехода в более широкий узус. Между тем именно эти параметры определяют судьбу новообразования в языке.

В-четвертых, даже в работах, посвященных неографии, сравнительно редко обсуждается вопрос о критериях включения единицы в словарь и степени ее нормативной легитимации. Лексикографическая фиксация часто предполагается как очевидный шаг, хотя в действительности она требует аргументированного решения относительно устойчивости формы, частоты и семантической стабилизации.

В-пятых, заметен недостаток сопоставительных исследований, в которых русские данные рассматривались бы в широком межъязыковом контексте без потери национально-специфической перспективы. Наличие таких работ позволило бы точнее разграничить универсальные процессы цифровой неологизации и собственно русские модели адаптации и деривации.

Таким образом, современная русская неология находится в продуктивной, но методологически неоднородной фазе развития. Ее дальнейший рост связан не столько с накоплением новых примеров, сколько с уточнением понятийного аппарата, стандартизацией процедур отбора материала и усилением связи между описанием формы, узуса и лексикографической кодификацией.

Выводы

1. Современная неология русского языка демонстрирует отчетливое расширение объекта исследования. В центр анализа перемещаются не только новые слова, но и новые фразеологические комплексы, сверхсловные единицы, терминологические варианты и графико-словообразовательные гибриды.

2. Категория узуса приобретает в неологических исследованиях принципиальный статус. Именно повторяемое социально распределенное употребление выступает промежуточным звеном между единичной инновацией и нормативным признанием.

3. Деривационная продуктивность современной русской неологии связана как с адаптацией заимствований, так и с активизацией собственных словообразовательных ресурсов языка. Наиболее продуктивными оказываются гибридные, экспрессивные и платформенно обусловленные модели.

4. Основными зонами неологизации выступают цифровой дискурс, терминология цифрового общества, медиальная и социальная семантика, а также Telegram-коммуникация как пространство ускоренной узуализации новых единиц.

5. Неография в современных условиях должна рассматриваться как активная аналитическая практика, а не как пассивная регистрация уже закрепившихся слов. Перспективными представляются цифровые, обновляемые и корпусно ориентированные форматы словарного описания.

6. Ключевой методологической задачей ближайшего этапа развития русской неологии является согласование понятийного аппарата, стандартизация процедур отбора материала и объединение словообразовательного, прагматического, социолингвистического и лексикографического анализа.

Список источников

1. Астапкина Е.С., Баркович А.А. Динамика русскоязычного интернет-дискурса: особенности словарной репрезентации лексики // Русистика. 2025. № 1. С. 97 – 116.
2. Гатауллина А.Г., Залялова Р.Р. Неологизмы тематической группы «Образование» в современном русском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. № 6. С. 303 – 307.
3. Замальдинов В.Е. Экспрессивные способы создания новообразований в социальных сетях (на примере социальной сети «Telegram») // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2024. № 1. С. 20 – 25.
4. Кондратенко Е.Н., Королева Н.М. Особенности функционирования неологизмов в виртуальном дискурсе (на материале пабликов Telegram) // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2023. № 1 (48). С. 156 – 168.
5. Маринова Е.В. Вариативность на этапе формирования терминологии новой предметной области (на материале обозначений реалий цифрового общества) // Труды Института русского языка им. В.В. Виноградова. 2025. № 1 (43). С. 287 – 298.
6. Маринова Е.В. Русская терминология цифрового общества: грамматические особенности в фокусе неологии и неографии // Русистика. 2024. № 2. С. 225 – 241.
7. Мельник Ю.А., Штехман Е.А. К вопросу о статусе неологизма в современной лингвистике // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-1. С. 422.
8. Николина Н.А., Рацибурская Л.В., Фатхутдинова В.Г. Новые явления в сфере деривационных формантов как отражение динамики словообразовательной системы русского языка // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2020. № 2. С. 5 – 19.
9. Новиков Д.А. Новые сверхсловные языковые единицы как объект лингвистического исследования // Филология и культура. 2025. № 3 (81). С. 38 – 46.
10. Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В. Неология и неография современного русского языка: учебное пособие. 4-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2022. 168 с.
11. Чурилина Л.Н. Интернет-дискурс как среда формирования новой фразеологии // Вестник Череповецкого государственного университета. 2020. № 3 (96). С. 126 – 135.
12. Щетинина А.В. Русские неологизмы с социальной семантикой: Особенности выявления и принципы лексикографирования // Научный диалог. 2024. № 10. С. 147 – 166.
13. Storjohann P. IDS-Neo2020+: A Novel Resource for New German Words in Use // International Journal of Lexicography. 2024. № 4. P. 389 – 406.

References

1. Astapkina E.S., Barkovich A.A. Dynamics of Russian-language Internet discourse: Features of dictionary representation of vocabulary. Russists. 2025. No. 1. P. 97 – 116.
2. Gataullina A.G., Zalyalova R.R. Neologisms of the thematic group "Education" in the modern Russian language. Philological sciences. Theoretical and Practical Issues. 2019. No. 6. P. 303 – 307.
3. Zamal't'inov V.E. Expressive ways of creating new formations in social networks (using the Telegram social network as an example). Bulletin of the Saratov University. New series. Series: Philology. Journalism. 2024. No. 1. P. 20 – 25.
4. Kondratenko E.N., Koroleva N.M. Features of the Functioning of Neologisms in Virtual Discourse (Based on Telegram Publics). Language Theory and Intercultural Communication. 2023. No. 1 (48). P. 156 – 168.
5. Marinova E.V. Variability at the Stage of Formation of the Terminology of a New Subject Area (Based on the Designations of the Realities of the Digital Society). Transactions of the V.V. Vinogradov Institute of the Russian Language. 2025. No. 1 (43). P. 287 – 298.
6. Marinova E.V. Russian Terminology of the Digital Society: Grammatical Features in the Focus of Neology and Neography. Russistics. 2024. No. 2. P. 225 – 241.
7. Melnik Yu.A., Shtekhman E.A. On the Status of Neologism in Modern Linguistics. Modern Problems of Science and Education. 2015. No. 2-1. 422 p.
8. Nikolina N.A., Ratsiburskaya L.V., Fatkhutdinova V.G. New Phenomena in the Sphere of Derivational Formants as a Reflection of the Dynamics of the Word-Formation System of the Russian Language. Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics. 2020. No. 2. P. 5 – 19.
9. Novikov D.A. New Super-Word Linguistic Units as an Object of Linguistic Research. Philology and Culture. 2025. No. 3 (81). P. 38 – 46.
10. Popova T.V., Ratsiburskaya L.V., Gugunava D.V. Neology and neography of the modern Russian language: textbook. 4th ed., erased. Moscow: FLINTA, 2022. 168 p.
11. Churilina L.N. Internet discourse as a medium for the formation of new phraseology. Bulletin of Cherepovets State University. 2020. No. 3 (96). P. 126 – 135.
12. Shchetinina A.V. Russian neologisms with social semantics: Features of identification and principles of lexicography. Scientific dialogue. 2024. No. 10. P. 147 – 166.
13. Storjohann P. IDS-Neo2020+: A Novel Resource for New German Words in Use. International Journal of Lexicography. 2024. No. 4. P. 389 – 406.

Информация об авторах

Билялова А.А., *доктор филологических наук, профессор, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 18, abill71@mail.ru*

Дорофеева Е.В., *кандидат педагогических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 18, elena.dor@mail.ru*

Субботина Н.С., *старший преподаватель, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 18, ns2509@yandex.ru*

© Билялова А.А., Дорофеева Е.В., Субботина Н.С., 2026

Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 070.1
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-14-20

[1] Гэнэн Э.Э. ***[1] Университет Сунь Ятсена***

Регионоведение и международная коммуникация в КНР: институциональная конвергенция как стратегия внешнего позиционирования

Аннотация: *статья посвящена анализу институциональной конвергенции двух стратегически значимых направлений в современном Китае – регионоведения (区域国别学) и международной коммуникации (国际传播). На основе качественного анализа китайских академических источников, аналитических докладов и программных материалов университетов и исследовательских центров КНР рассматривается эволюция обоих направлений. Показано, что официальное признание регионоведения в качестве дисциплины первого уровня в 2022 г. и формирование к 2025 г. разветвлённой системы центров международной коммуникации, охватывающей все провинции страны, представляют собой взаимосвязанные элементы единой стратегической логики. В рамках данной логики регионоведение выступает аналитической основой для выработки дифференцированных коммуникационных стратегий, ориентированных на конкретные страны и регионы. Автор фиксирует переход Китая от универсальных форматов внешнего вещания к таргетированному информационному воздействию, опирающемуся на глубокую страновую экспертизу. Отдельное внимание уделяется роли провинциальных центров международной коммуникации в реализации регионально ориентированных нарративов, а также формированию нового типа специалиста, совмещающего страновую экспертизу с практическими коммуникационными компетенциями. Результаты исследования вписываются в более широкий контекст формирования Китаем самостоятельного международного дискурса и усиления «права голоса» (话语权) на глобальной арене.*

Ключевые слова: *Китай, регионоведение, международная коммуникация, «мягкая сила», центры международной коммуникации*

Для цитирования: Гэнэн Э.Э. Регионоведение и международная коммуникация в КНР: институциональная конвергенция как стратегия внешнего позиционирования // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 14 – 20. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-14-20

Поступила в редакцию: 12 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 26 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Genen E.E. ***[1] Sun Yatsen University***

Area studies and international communication in China: institutional convergence as a strategy of global positioning

Abstract: *this article examines the institutional convergence of two strategically significant fields in contemporary China: area and country studies (区域国别学) and international communication (国际传播). Drawing on a qualitative analysis of Chinese academic publications, analytical reports, and programme documents from leading universities and research centres, the study traces the evolution of both fields. The official recognition of area studies as a first-level discipline in 2022 and the establishment by 2025 of an extensive network of international com-*

munication centres covering all Chinese provinces are identified as interconnected elements of a unified strategic logic, in which area expertise serves as the analytical foundation for differentiated, audience-specific communication strategies. The article documents China's transition from universal external broadcasting formats to targeted information outreach grounded in deep country-specific knowledge. Particular attention is paid to the role of provincial international communication centres in advancing regionally tailored narratives, as well as to the emerging demand for a new type of specialist combining country expertise with practical communication competencies. The findings are situated within the broader context of China's efforts to construct an independent international discourse and expand its global "discursive power" (话语权).

Keywords: *China, area studies, international communication, soft power, international communication centres*

For citation: Genen E.E. Area studies and international communication in China: institutional convergence as a strategy of global positioning. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 14 – 20. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-14-20

The article was submitted: April 12, 2026; Approved after reviewing: April 26, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

За последнее десятилетие влияние Китая на мировой арене значительно возросло. В свою очередь, это требует, как углубленного понимания позиций партнеров и стратегических соперников и выстраивания диалога с ними, так и активного формирования международной информационной стратегии. Это изменения оказали прямое влияние на академическую сферу: вопросы международной коммуникации и регионоведения сегодня находятся в центре внимания исследователей. Постепенно формируется новое междисциплинарное направление на стыке регионоведения и международной коммуникации.

Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что в современной китайской научной среде наблюдается рост интереса к интеграции регионоведческих исследований и международной коммуникации как взаимосвязанных направлений. В рамках данного подхода регионоведение рассматривается не только как академическая дисциплина, но и как важный элемент формирования национальной стратегии представления страны на международной арене.

В российских исследованиях в настоящее время присутствуют работы, посвящённые анализу развития региональных исследований в Китае, их ключевых тематических направлений, а также разграничению проблемных полей «внешнего» и «внутреннего» регионоведения в китайской научной традиции [1, с. 21-23]. Научная новизна работы определяется тем, что впервые в российской научной литературе регионоведение и международная коммуникация в Китае рассматриваются в единой аналитической рамке – как взаимообусловленные элементы единой стратегической логики внешнего позиционирования КНР, а не как параллельно развивающиеся процессы. В отличие от существующих работ, в которых данные направления анализируются раздельно, настоящее исследование фиксирует институциональную конвергенцию двух дисциплин и предлагает её концептуальное объяснение.

Целью данной статьи является анализ современных подходов к развитию международной коммуникации в Китае на основе академических источников с акцентом на формирование междисциплинарной модели «регионоведение – международная коммуникация».

В соответствии с целью статья ставит перед собой ряд задач. Во-первых, проследить, как менялось отношения к проблематике регионоведения и международной коммуникации. Во-вторых, рассмотреть, каким образом регионоведческие исследования соотносятся с международной коммуникацией. В-третьих, выявить основные концептуальные направления складывающегося междисциплинарного подхода. Наконец, охарактеризовать ключевые исследовательские центры, которые сегодня формируют данное направление в Китае.

Материалы и методы исследований

Методологическую основу исследования составляет качественный анализ китайских академических источников. Эмпирическую базу исследования составляют научные публикации китайских исследователей, аналитические доклады, а также программные материалы исследовательских центров и университетов КНР, посвящённые развитию регионоведческих исследований и международной коммуникации. Временные рамки исследования охватывают период с 2021 по начало 2026 г., что обусловлено ключевыми институциональными событиями: выступлением Си Цзиньпина в мае 2021 г., официальным признанием регио-

новедения в 2022 г. и завершением формирования провинциальной сети центров международной коммуникации к 2025 году. Отбор материалов осуществлялся на основе поиска по ключевым словам «区域国别研究 » (регионоведение) и «国际传播» (международная коммуникация) в китайской научной базе данных CNKI, а также на официальных сайтах профильных научных институтов и университетов. Данный подход позволил сформировать корпус источников, отражающих основные направления академической дискуссии по рассматриваемой проблематике в Китае.

В качестве основного метода исследования используется контент-анализ научных публикаций и аналитических материалов, направленный на выявление ключевых тематических направлений, концептуальных подходов и институциональных форм развития взаимодействия регионоведения и международной коммуникации. Дополнительно применяется сравнительно-аналитический подход, позволяющий рассмотреть особенности китайской трактовки синтеза регионоведческих исследований и международной коммуникации, а также выявить специфические характеристики данного междисциплинарного направления в китайской академической среде.

Результаты и обсуждения

1. Институционализация регионоведения в КНР: от пилотной программы к дисциплинарному оформлению

Анализ динамики развития регионоведения в Китае позволяет выделить несколько ключевых этапов институционализации. Отправной точкой послужил 2011 г., когда Министерство образования КНР запустило программу университетских баз региональных и страновых исследований (教育部区域和国别研究培育基地). Импульсом для её развития стала инициатива «Один пояс – один путь» (一带一路), реализация которой потребовала системного изучения политических, экономических и культурных особенностей стран-партнёров. Переломным стал 2022 г.: регионоведение (区域国别学) было официально включено в перечень междисциплинарных научных направлений Министерства образования, что дало мощный импульс дальнейшей институционализации [6, с. 128].

В ведущих университетах страны активно создаются институты региональных и страновых исследований (区域国别研究): к настоящему времени число подобных структур различного уровня насчитывают более 450. В 2023 г. Университет Сунь Ятсена (中山大学) первым в стране открыл аспирантуру по направлению регионоведение. Заметное развитие получило и российское направление. В 2024 г. на базе Китайского народного университета (中国人民大学) совместно с Хэйлунцянским университетом был учрежден Институт изучения России (中国人民大学与黑龙江大学共建俄罗斯问题联合研究院). С одной стороны, это свидетельствует о растущем интересе к российской тематике, с другой – говорит о конкуренции внутри китайских научных кругов. Долгое время единственным и наиболее авторитетным центром российских исследований в КНР оставался Центр изучения России Восточно-Китайского педагогического университета Шанхая (上海华东师范大学俄罗斯研究中心).

В китайской научной трактовке официальное признание регионоведения в качестве самостоятельной дисциплины отражает качественный переход от фрагментированных страновых исследований к интегрированной научной области, синтезирующей экономические, правовые, гуманитарные и исторические подходы. Институционализация регионоведения рассматривается как органичный элемент новой модели развития Китая, в рамках которой производство научного знания о внешнем мире приобретает стратегическое измерение [4, с. 8-9]. Таким образом, в китайском академическом и политическом дискурсе регионоведение выступает одновременно в двух взаимосвязанных качествах: как самостоятельная научная дисциплина и как инструмент стратегического познания внешней среды, обеспечивающий институциональную связь между академическим анализом, государственной политикой и практикой международной коммуникации. Это предполагает отказ от механического заимствования зарубежных теоретических моделей и построение самостоятельной китайской теоретической и дискурсивной системы регионоведения. Её развитие должно быть ориентировано на ключевые стратегические потребности государства и выражаться в производстве высококачественных научных и аналитических материалов – что, по замыслу разработчиков концепции, призвано воплотить функциональное предназначение дисциплины как «науки великой державы» [5, с. 133].

2. Формирование системы центров международной коммуникации: от точечных инициатив к национальному охвату

Параллельно с развитием регионоведения в КНР разворачивается масштабный процесс создания центров международной коммуникации (国际传播中心, ICC). Отправной точкой для резкой активизации этого

процесса принято считать выступление Си Цзиньпина 31 мая 2021 г. («5·31» 重要讲话), в котором была поставлена задача усиления международного «права голоса» Китая и продвижения нарратива «рассказывать китайскую историю» (讲好中国故事) [11]. Первый центр провинциального уровня был открыт в Чунцине в 2018 г., однако качественный скачок в развитии системы произошёл после 2021–2022 гг. К началу 2025 г. в стране сформирована разветвлённая многоуровневая система «центр – провинция – город – уезд»: создано не менее 85 центров при полном охвате на провинциальном уровне [9]. Примечательно, что около половины из них было открыто в течение одного лишь 2024 г., что свидетельствует об ускорении темпов институционализации.

Существенной характеристикой складывающейся системы является её организационная гибкость. Центры функционируют по различным моделям: в одних случаях – через взаимодействие с центральными государственными СМИ, в других – на базе региональных медиаструктур, в ряде случаев ключевую координирующую роль выполняют местные отделы пропаганды. Подобная вариативность свидетельствует не о децентрализации политического курса, а о сознательной адаптации единой стратегии к конкретным региональным условиям. Географическая и тематическая «точечность» центров особенно наглядно проявляется на региональном уровне. Так, показательным примером географической точечности служит Гуансийский центр международной коммуникации, основанный в сентябре 2024 г. Его коммуникационная стратегия привязана к конкретному региональному контексту: в качестве приоритетной аудитории выбраны страны АСЕАН [3, с. 8], что непосредственно обусловлено уникальным географическим положением Гуанси – единственного региона Китая, имеющего одновременно выход к морю и сухопутную границу со странами Юго-Восточной Азии. Среди дополнительных факторов, определивших выбор данного направления, следует выделить культурную близость – в странах АСЕАН проживает многочисленная китайская диаспора, формирующая естественную аудиторию, – а также геополитический контекст: в условиях нарастающей напряжённости в отношениях с западными странами Юго-Восточная Азия приобретает особое значение как приоритетное направление формирования благоприятного международного образа Китая. Таким образом, международная коммуникация всё более превращается в инструмент не только внешнеполитического позиционирования, но и регионального развития.

Ключевой целью создания провинциальных центров международной коммуникации является формирование комплексной многоуровневой системы внешнего информационного продвижения, объединяющей разнородных субъектов и каналы коммуникации. Подобная архитектура призвана компенсировать структурные ограничения центральных государственных медиа в части регионально ориентированного и адресного распространения информации за рубежом. Функциональная логика центров разворачивается в двух взаимодополняющих измерениях. В общенациональном измерении они обеспечивают локализованную и более наглядную трансляцию китайского нарратива, тем самым укрепляя международное дискурсивное влияние страны и формируя образ Китая как государства [7, с. 1]. В региональном измерении центры опираются на локальные ресурсы – культурные бренды, географические преимущества и приоритеты внешнеэкономического развития, – превращая коммуникационный потенциал в элемент региональной конкурентоспособности и инструмент продвижения интересов местного бизнеса на зарубежных рынках.

3. Конвергенция регионоведения и международной коммуникации как системная трансформация

Анализ двух процессов позволяет зафиксировать качественно новую тенденцию: углубляющуюся институциональную конвергенцию регионоведения и международной коммуникации. Символическим выражением этой тенденции стало включение обоих направлений впервые в единую формулировку в «Рекомендациях ЦК КПК по 15-му пятилетнему плану» [8]. По мнению автора, это сближение отражает изменение подходов к внешней коммуникации. На первый план выходит более точечная, детализированная информационная стратегия, учитывающая специфику конкретных стран и аудиторий. Регионоведение при этом играет роль аналитической основы.

В этой связи одним из главных вопросов является кадровый. Сближение регионоведения и международной коммуникации формирует запрос на специалиста нового типа. Он должен сочетать страновую экспертизу, опыт полевой работы и практические навыки в сфере международной коммуникации. В ряде ведущих университетов уже появились новые программы на стыке двух дисциплин. Представляется абсолютно логичным, что в современных условиях специалист по международной коммуникации должен хорошо разбираться в своем регионе и обладать соответствующими компетенциями – иначе он просто сможет выстроить действенную информационную стратегию. Об этом говорится и на уровне официального политического дискурса. Председатель КНР Си Цзиньпин особо указал на необходимость подготовки «специализирован-

ных кадров, отвечающих потребностям международной коммуникации новой эпохи» [2]. Тем самым кадровый вопрос был прямо обозначен как стратегическая задача.

Выводы

Проведённый анализ позволяет зафиксировать одновременное формирование двух взаимосвязанных институциональных процессов. К 2022 г. регионоведение (区域国别学) достигло стадии зрелой институционализации, получив статус дисциплины первого уровня. К началу 2025 г. в Китае фактически завершилось формирование инфраструктуры международной коммуникации (国际传播), обеспечившей полный охват всех провинций специализированными центрами. Совпадение этих процессов не является случайным. Оно отражает формирование единой стратегической логики – интеграции аналитического знания и практики внешнего информационного воздействия. В китайской научной и политической дискуссии это осмысляется как симбиоз, в котором регионоведение выступает аналитической базой, а международная коммуникация – инструментом её практической реализации. Показательно, что именно эта логика нашла отражение на институциональном уровне: в 2024 г. в рамках разработки концепции Института региональных исследований Пекинского университета (北京大学区域与国别研究院) было принято решение о создании специализированной лаборатории глобального управления и международной коммуникации, исследовательская повестка которой сосредоточена на «регионально-страновом повороте» в современной коммуникационной политике и практике. В том же направлении работает Институт региональной и страновой коммуникации Китайского университета коммуникаций (中国传媒大学区域国别传播研究院), целенаправленно интегрирующий регионоведческую экспертизу с задачами международной коммуникации. Также показательно устойчивое внимание к российскому направлению в современной китайской науке о коммуникациях. Институт региональной и страноведческой коммуникации Китайского университета коммуникаций, объединяющий 47 исследовательских центров по ключевым регионам мира, выделяет «Стратегические коммуникации России» (俄罗斯战略传播研究) в качестве самостоятельного направления подготовки – наряду с Азией, Африкой, Латинской Америкой, Европой, США и международным общественным мнением [10]. Это свидетельствует о том, что российский вектор по-прежнему занимает значимое место в системе китайских международных коммуникаций.

Описанный подход вписывается в более широкий тренд, обозначаемый в Китае как развитие «науки великой державы». Речь идёт о комплексном усилении внешнего позиционирования – одновременно через научное осмысление внешнего мира и через активное формирование собственного международного дискурса. Центральное место в этом процессе занимает концепция усиления «права голоса» (话语权), предполагающая переход к проактивной коммуникационной стратегии. Принципиально важно, что регионоведение в Китае всё в большей степени ориентируется не только на кабинетные исследования, но и на полевую работу. Требование глубокого знания страны «изнутри» – через язык, культуру и непосредственное взаимодействие – усиливает прикладной характер дисциплины и делает её органично связанной с задачами международной коммуникации. Именно это сближение академического и практического измерений отражает китайская концепция «学用相生» – взаимного порождения знания и практики.

В результате формируется качественно новая модель внешнего позиционирования – более точечная и дифференцированная. Китай последовательно переходит от универсальных форматов внешнего вещания к таргетированному информационному воздействию, учитывающему специфику отдельных стран и регионов. Это позволяет не только повышать эффективность коммуникации, но и формировать более благоприятную информационную среду для реализации внешнеэкономических и политических интересов. Принципиально важно, что речь идёт не просто об академическом тренде, а о формировании нового типа государственной коммуникационной инфраструктуры, в которой производство научного знания и информационное воздействие институционально слиты. Понимание этой логики становится необходимым условием для адекватного анализа китайской внешней политики и выстраивания эффективного диалога с КНР.

Описанная модель представляет практический интерес и для российской стороны. Во-первых, китайский опыт институциональной интеграции регионоведения и международной коммуникации может служить ориентиром при выстраивании системы подготовки специалистов, владеющих одновременно страновой экспертизой и навыками внешнего позиционирования, – потребность в которых в России очевидна, но институционально пока не оформлена. Во-вторых, следует принимать во внимание, что Китай последовательно наращивает собственную аналитическую и коммуникационную инфраструктуру, направленную в том числе на изучение России и работу с российской аудиторией. Это создаёт определённую асимметрию

в двустороннем коммуникационном взаимодействии и требует ответного внимания со стороны российских исследователей, образовательных структур и профильных ведомств.

Список источников

1. Андронова Л.А., Савкович Е.В. Регионоведение и регионалистика в Китае: к постановке вопроса // VI Готлибовские чтения. Востоковедение и регионоведение Азиатско-Тихоокеанского региона: материалы Международной научно-практической конференции. Иркутск, 6-8 декабря 2022 года. Иркутск, 2023. С. 21 – 24.

2. **靳戈**. **加强区域国**别研究 **提升国**际传播效能（专题深思）// **人民日**报. 2026. 10 марта. **第** 17 **版**. URL: http://paper.people.com.cn/rmrb/pc/content/202603/10/content_30144429.html (дата обращения: 05.04.2026).

3. 罗莎. **从自**说自话到双向对话：区域国别研究赋能国际传播的核心路径 // **全媒体探索**. 2025. № 12. С. 8 – 11.

4. 孙德刚, 马文媛. **中国的区域国**别学：新视野与新方法 // **复旦国**际关系评论. 2025. **第** 33 辑. С. 3 – 21.

5. 孙小涵, **王**战. **构建中国特色区域国**别学自主知识体系和话语体系 // **西北大学学**报（哲学社会科学版）. 2025. Т. 55. № 6. С. 124 – 135.

6. **夏**继果. **区域国**别学与区域史、全球史的内在逻辑 // **中国社会科学**. 2025. № 10. С. 128 – 149.

7. 赵永华, **周佳琪**. **地方国**际传播中心机制保障的改革创新：困境与对策 // **青年**记者. 2025. № 12. С. 1 – 7.

8. **中共中央关于制定国民**经济和社会发展第十五个五年规划的建议. 2025. URL: https://www.gov.cn/zhengce/202510/content_7046050.htm (дата обращения: 05.04.2026).

9. 2025 **地方国**际传播中心全景报告：发展现状与效能分析. **德外独家**, 2025. URL: http://cngoesglobal.com/Report/5354.html (дата обращения: 05.04.2026).

10. 欢迎报考 2026 **年区域国**别学硕士研究生. 2025. URL: https://mp.weixin.qq.com/s/eyMCVHNVCioN3XKi7Q7Qrg (дата обращения: 05.04.2026).

11. 习近平主持中共中央政治局第三十次集体学习并讲话. 2021. URL: https://www.gov.cn/xinwen/2021-06/01/content_5614684.htm (дата обращения: 05.04.2026).

References

1. Andronova L.A., Savkovich E.V. Regional Studies and Regionalistics in China: Towards the Formulation of the Question. VI Gottlieb Readings. Oriental Studies and Regional Studies of the Asian-Pacific Region: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. Irkutsk, December 6-8, 2022. Irkutsk, 2023. P. 21 – 24.

2. Jin Ge. Strengthening Regional and Country Studies to Enhance the Effectiveness of International Communication (Special Topic Reflection). People's Daily. 2026. 10 March. Page 17. URL: http://paper.people.com.cn/rmrb/pc/content/202603/10/content_30144429.html (accessed: 05.04.2026).

3. Rosa. From Self-Talk to Two-Way Dialogue: The Core Path of Regional and Country Studies Empowering International Communication. All-Media Exploration. 2025. No. 12. P. 8 – 11.

4. Sun Degang, Ma Wenyuan. Regional and Country Studies in China: New Perspectives and New Methods. Fudan International Relations Review. 2025. Vol. 33. P. 3 – 21.

5. Sun Xiaohan, Wang Zhan. Constructing an Independent Knowledge System and Discourse System for Regional and Country Studies with Chinese Characteristics. Journal of Northwest University (Philosophy and Social Sciences Edition). 2025. T. 55. No. 6. P. 124 – 135.

6. Xia Jiguo. The Intrinsic Logic of Regional and Country Studies, Regional History, and Global History. Social Sciences in China. 2025. No. 10. P. 128 – 149.

7. Zhao Yonghua, Zhou Jiaqi. Reform and Innovation of the Mechanism Guarantee for Local International Communication Centers: Dilemmas and Countermeasures. Youth Journalist. 2025. No. 12. P. 1 – 7.

8. Bookmark. 2025. URL: https://www.gov.cn/zhengce/202510/content_7046050.htm (accessed: 05.04.2026).

9. Suggestions of the CPC Central Committee on Formulating the 15th Five-Year Plan for National Economic and Social Development. 2025. URL: https://www.gov.cn/zhengce/202510/content_7046050.html (accessed: 05.04.2026).

10. 2026 Master's Program in Regional and Country Studies. 2025. URL: http://cngoesglobal.com/Report/5354.html (accessed: 05.04.2026).

11. Xi Jinping presided over and addressed the 30th collective study session of the Political Bureau of the CPC Central Committee. 2021. URL: https://www.gov.cn/xinwen/2021-06/01/content_5614684.htm (accessed: 05.04.2026).

Информация об авторах

Гэнэн Э.Э., *кандидат наук, научный сотрудник, Университет Сунь Ятсена, geleanora@yandex.ru*

© Гэнэн Э.Э., 2026

Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительносопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 81'373.4:81'255
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-21-28

[1] Давыдова К.В., [1] Соболева Е.А.

[1] Армавирский государственный педагогический университет

Соматическая фразеология как средство художественной репрезентации травмы и отчуждения

Аннотация: *в статье представлен сопоставительный анализ соматических фразеологизмов в русском и английском художественном тексте на материале романа Дж. Дидион «Play It as It Lays» и рассказов Е. Некрасовой из сборника «Адвокатка Бабы-яги». Выявлено 32 единицы в английском и 39 единиц в русском тексте (N=71), классифицированных по соматическому компоненту. Наиболее частотными соматизмами в обоих произведениях выступают глаза/eyes, голова/head, руки/hands, что отражает универсальность телесных схем восприятия, мышления и действия. Семантический анализ демонстрирует преобладание негативных коннотаций (63% в английском и 67% в русском тексте, различия статистически незначимы), коррелирующих с мотивами травмы и отчуждения. Структурно-семантический и функциональный анализ позволил выделить характерологическую, эмоционально-экспрессивную, оценочную и текстообразующую функции соматических фразеологизмов, включая формирование лейтмотивов взгляда, лица, рта, рук, сердца. Научная новизна заключается в разработке комплексной методики сопоставления ядерных фразеологизмов и авторских окказионализмов в психологической прозе разных лингвокультурных традиций. Предложенный подход интегрирует структурно-семантический, когнитивно-метафорический и лингвокультурологический анализ, демонстрируя эффективность для изучения соматической фразеологии в художественном дискурсе.*

Ключевые слова: *соматические фразеологизмы, художественный текст, сопоставительный анализ, лингвокультурология, концептуальная метафора, текстообразующие функции*

Для цитирования: Давыдова К.В., Соболева Е.А. Соматическая фразеология как средство художественной репрезентации травмы и отчуждения // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 21 – 28. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-21-28

Поступила в редакцию: 13 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 26 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Davydova K.V., [1] Soboleva E.A.

[1] Armavir State Pedagogical University

Somatic phraseology as a means of artistic representation of trauma and alienation

Abstract: *the article presents a comparative analysis of somatic phraseological units in Russian and English literary texts based on J. Didion's novel «Play It as It Lays» and E. Nekrasova's short stories from the collection «Advocate of Baba Yaga». The study identifies 32 units in the English text and 39 units in the Russian text, classified according to the somatic component. The most frequent somatisms in both works are eyes/глаза, head/голова, hands/руки, which reflects the universality of bodily schemas of perception, thinking, and action. Semantic analysis demonstrates the predominance of negative and anxious connotations correlating with the themes of trauma, alienation, and internal crisis. Structural-semantic and functional analysis reveals charac-*

terological, emotional-expressive, evaluative, and plot-forming functions of somatic phraseological units, including the formation of leitmotifs of gaze, face, mouth, hands, and heart. Special attention is paid to the author's occasional formations in E. Nekrasova's texts and stable phraseological units in J. Didion's novel, structuring the motifs of alienation and powerlessness. The proposed comprehensive methodology combines structural-semantic, cognitive-metaphorical, linguoculturological, and discursive approaches, demonstrating effectiveness for comparative study of somatic phraseology.

Keywords: *somatic phraseological units, literary text, comparative analysis, linguoculturology, conceptual metaphor, text-forming functions*

For citation: Davydova K.V., Soboleva E.A. Somatic phraseology as a means of artistic representation of trauma and alienation. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 21 – 28. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-21-28

The article was submitted: April 13, 2026; Approved after reviewing: April 26, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Актуальность исследования обусловлена растущим интересом когнитивной лингвистики и лингвокультурологии к соматической фразеологии как ключевому механизму концептуализации опыта, эмоций и социального взаимодействия через телесный код культуры [5, 3].

По определению А.Д. Козеренко и Г.Е. Крейдлина, фразеологические соматизмы представляют собой класс устойчивых сочетаний с соматическим компонентом, функционирующих как знаки культуры в семиотике телесности и фиксирующих когнитивно и культурно обусловленные способы концептуализации человеческого тела [7]. В англоязычной и русскоязычной традициях соматические компоненты служат базой концептуальных метафор типа CONDUIT (тело как канал эмоций и опыта), репрезентирующих абстрактные категории [6, 8].

Современные исследования фокусируются на сопоставительном анализе соматической фразеологии, выявляя универсалии и культурные специфики [10]. Художественный текст переосмысливает стандартные соматические модели, превращая их в маркеры субъективности и травматического опыта [16].

Объектом исследования выступают соматические фразеологизмы в английском и русском художественном тексте. Предметом исследования являются структурно-семантические, когнитивно-метафорические и текстообразующие характеристики соматических фразеологических единиц в романе Дж. Дидион «Play It as It Lays» и рассказах Е. Некрасовой из сборника «Адвокатка Бабы-яги».

Целью настоящего исследования является сопоставительный анализ функционирования соматических фразеологизмов в романе Дж. Дидион и рассказах Е. Некрасовой как средства художественной репрезентации травмы и отчуждения. В соответствии с поставленной целью решаются следующие задачи:

1) описать и классифицировать соматические фразеологизмы по соматическому компоненту и степени идиоматичности;

2) провести семантический и функциональный анализ выделенных единиц;

3) выявить доминирующие концептуальные метафоры и лейтмотивы, связанные с телесным кодом;

4) установить универсальные и специфические черты в репрезентации травмы и отчуждения в английском и русском текстах.

Научная новизна работы состоит в разработке комплексной методики анализа соматической фразеологии психологической прозы, интегрирующей когнитивную лингвистику, лингвокультурологию и лингвопоэтику, которая применяется к ранее не сопоставлявшимся текстам Дж. Дидион и Е. Некрасовой, уточняя роль ядерных фразеологизмов и окказионализмов в моделировании травматического опыта. Кроме того, уточняется функциональный статус ядерных фразеологизмов и авторских окказионализмов как текстообразующих средств репрезентации травматического опыта и отчуждения.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования послужили 32 контекста из романа Дж. Дидион «Play It as It Lays» и 39 единиц из рассказов Е. Некрасовой «Адвокатка Бабы-яги», выявленных методом сплошной выборки. Выбор данных произведений обусловлен их принадлежностью к психологической прозе, насыщенностью образами телесности и репрезентативностью для сопоставительного анализа англоязычной и русскоязычной литературных традиций.

При отборе материала соматические единицы распределялись на три группы с опорой на сочетание формальных и функциональных критериев, принятых ad hoc для данного корпусного исследования [12, 2]. Понятие «ad hoc категоризации» используется вслед за Л. Барсалоу [13] для обозначения ситуативной классификации, подчиненной конкретным исследовательским задачам, что в контексте анализа художественного дискурса получает дополнительное обоснование в работах по динамическому моделированию категорий [11]. К ядерным фразеологизмам относились словарно закреплённые сочетания с высокой степенью идиоматичности и частотностью не менее двух употреблений. Окказионализмы рассматривались как индивидуально-авторские образования без словарной фиксации, обладающие средней степенью идиоматичности и представленностью одним контекстом. Фразеологически осложнённые коллокации характеризуются отсутствием обязательной словарной фиксации, низкой идиоматичностью и регулярной повторяемостью (не менее трёх употреблений), что позволяет говорить о формировании типовых моделей в рамках идиостиля автора.

Таблица 1

Критерии отбора соматических фразеологизмов (N=71).

Table 1

Criteria for the selection of somatic phraseological units (N=71).

Критерий	Ядерные ФЕ (EN:22, RU:18)	Окказионализмы (EN:1, RU:12)	Фразеологически осложнённые коллокации (EN:9, RU:9)
Словарная фиксация	+	–	±
Идиоматичность	Высокая	Средняя	Низкая
Частотность	≥2	1	≥3

Методика исследования включает: 1) структурно-семантический анализ по соматическому компоненту; 2) семантический анализ по типологии Н.Н. Болдырева [4], адаптированной для соматизмов; 3) функциональный анализ текстообразующих функций (по И.В. Арнольд [1]). Предложенная методика позволяет не только систематизировать материал, но и выявить глубинные механизмы функционирования соматических фразеологизмов в художественном тексте, что соответствует современным тенденциям в исследовании фразеологии и художественного дискурса.

Результаты и обсуждения

Анализ частотности соматических компонентов выявил универсальные закономерности и культурные различия (χ^2=2.34, p>0.05 при α=0.05).

Таблица 2

Частотность соматизмов.

Table 2

Frequency of somatisms.

Соматизм	EN (N=32)	RU (N=39)	Всего
глаза/eyes	10 (31%)	4 (10%)	14
голова/head	7 (22%)	4 (10%)	11
руки/hands	7 (22%)	6 (15%)	13
рот/mouth	1 (3%)	5 (13%)	6
Прочие	7 (22%)	20 (52%)	27

В обоих текстах наиболее частотным соматическим компонентом являются «глаза/eyes». В романе Дж. Дидион соматический компонент «eye/eyes» реализуется в ряде фразеологических конструкций, репрезентирующих различные аспекты визуального контакта и перцепции (*keep my eye on, avoid their eyes, eyes fixed on, closed her eyes* и др.). Актуализация данных единиц формирует сквозной мотив визуального уклонения как ключевого способа соотнесения субъекта с травмирующей реальностью. Обратимся к следующему примеру:

When she finally opened the door for him she *avoided his eyes, buried her face* against his shirt. They were both shaking [14].

В представленном контексте ядерный фразеологизм «avoided his eyes» выступает маркером эмоционального напряжения и попытки сохранить контроль, предваряя соматический жест «buried her face», концептуализирующий предельную уязвимость.

В следующем примере фразеологически осложнённая коллокация «closed her eyes» концептуализирует стратегию ментального отстранения как механизм психологического вытеснения травматической реальности. Данная единица символизирует не просто физическое действие, но и сознательное принятие неизбежного через лексическую экспликацию «remote sense», усиливающую эффект концептуальной дистанциации:

Maria *closed her eyes*. She had a *remote sense* that everything was happening exactly the way it was supposed to happen [14].

В рассказах Е. Некрасовой соматический компонент «глаза» реализуется в выражениях, кодирующих осознанное уклонение от визуального контакта, болезненное восприятие и символическое принятие судьбы (*не глядеть друг другу в глаза, резанул глаз, закрыла глаза* и др.). В русскоязычном материале тем самым актуализируется оппозиция «ритуальное отчуждение vs. травматическое вторжение», структурирующая лейтмотив взгляда в идиостиле Е. Некрасовой.

Например, в сцене в физиокабинете ядерный фразеологизм «не глядеть друг другу в глаза» функционирует как концептуальный маркер отчуждения. Фразеологизм маркирует ритуальное поведение пациентов, их отчуждённость и одновременно сакральный статус процедуры.

Люди вели себя как в храме. Молчали, двигались тихо, не топали, шептали мне свои фамилии, не переговаривались, старались *не глядеть друг другу в глаза*, когда сидели рядом на кварце [9].

Позже мотив взгляда трансформируется в окказионализм «резанул мой правый глаз», концептуализирующий травматическое вторжение. Окказиональное выражение передаёт не просто физическую яркость света, а его болезненное вторжение в сознание героини:

Другой новый свет *резанул мой правый глаз*. Я повернула голову. В стороне за деревьями и чуть над ними переливалось северное сияние [9].

Вторым по частотности компонентом в обоих текстах выступает «голова/head». В английских текстах фразеологизмы с компонентом «head» концептуализируют когнитивные процессы и аффективные состояния – от попыток ментального очищения до невербальных маркеров экзистенциального кризиса. Рассмотрим следующий пример:

He would sit on the bed and put his *head in his hands*. That was all there was to that [14].

Фразеологически осложнённая коллокация «put head in hands» функционирует как визуальная икона бессилия, маркируя момент, когда персонаж не в силах справиться с эмоциями.

В следующем примере соматизм «голова» выступает как средоточие мыслей, требующих прояснения:

She closed her eyes against the sun and waited for the Fiorinal *to clear her head* of Carter [14].

Фразеологически осложнённая коллокация «clear her head» объективирует попытку когнитивного контроля над навязчивыми мыслями, структурируя оппозицию «когнитивный контроль vs. травматическое вторжение».

В русском корпусе фразеологизмы с компонентом «голова» (*голова мысли чесали голову, поехала кукухой, мотает головой, отвалилась башка*) вербализуют когнитивный хаос и соматический дискомфорт, структурируя концептуальную оппозицию «кризис контроля vs. травматическое вторжение».

Мысли чесали голову, саднили, разводили хаос, как вредную плесень на берложьей стене [9].

Авторское окказиональное образование «мысли чесали голову» воплощает метафору, при которой абстрактные мысли воспринимаются как физический зуд в голове. Этот образ создаёт ощущение телесного дискомфорта от навязчивых мыслей, что типично для идиостиля Е. Некрасовой, где внутренние переживания часто передаются через конкретные телесные ощущения.

Соматический компонент «рука / hand» (включая локоть, ладонь, палец) в обоих корпусах демонстрирует высокую частотность и служит ключевым средством телесной концептуализации межличностных отношений.

В романе Дж. Дидион фразеологизмы, окказионализмы и фразеологически осложнённые коллокации с компонентом «hand» маркируют жесты контроля, поддержки, дистанцирования и насилия. Потеря контроля над ситуацией вербализуется через выражение *get out of hand* (It was just something that got a little out of hand*)*, в котором рука метафорически репрезентирует границы управляемости события. В сцене конфликта между голливудским продюсером БЗ и его женой Хелен руки функционируют как инструмент агрессии (BZ's hand hits Helene's face), тогда как в момент отчаяния, когда БЗ переживает экзистенциальный кризис и пытается покончить с собой, Мария инстинктивно тянется к его руке и держит её. Прикосновение к руке (She reached for his hand and held it) актуализирует сценарий телесной поддержки и стремления к эмоциональной стабильности. В текстах Е. Некрасовой соматизм «рука» функционирует как в бытовых, так

и в символических контекстах, вербализуя концептуальные сценарии «контроль vs. подчинение». Например:

Девочка ором зовёт маму. Ей *закрывают рот перчаткой* одной из составляющих врага [9].

Насилие объективируется через стилистически нагруженный окказионализм «закрывает рот перчаткой» (т.е. рукой в перчатке), который воплощает физическое и символическое устранение голоса жертвы, структурируя модель силового вторжения в коммуникативное пространство.

В следующем контексте руки выступают инструментом власти:

Ега-биха … когтистым пальцем показывает, куда идти [9].

В данном примере власть реализуется через невербальную директиву, где окказионализм «когтистым пальцем показывает» замещает вербальную команду, подчёркивая властную позицию персонажа.

Высокая частотность соматизма «рот» в текстах Е. Некрасовой (5 употреблений) отражает ключевую тему коммуникации и мотив принудительного лишения персонажа речевого высказывания. Показателен фрагмент из рассказа «Несмеяна»:

Каждый раз, когда она приходила, её *блестящий рот выдавал* один-два-три матерных, взрослых, старомодных анекдота [9].

В представленном контексте фразеологически осложнённая коллокация «блестящий рот выдавал» структурирует модель коммуникации как травму, где соматизм «рот» когнитивно позиционируется как автономный источник «неправильной» речи, травмирующей коммуникативное пространство окружающих и нарушающей социальные нормы.

Позже этот мотив развивается в сцене с северным сиянием:

Я выдохнула сквозь *открытый рот*. Закрыла глаза и стала ждать [9].

Фразеологически осложнённая коллокация «открытый рот» знаменует физиологическое и концептуальное освобождение – отказ от вербального сопротивления, переход к пассивному принятию судьбы, где соматизм вербализует сценарий капитуляции перед неизбежным.

Аналогичная соматическая модель прослеживается в англоязычном корпусе:

They've been *spooning food into each other's mouths* for the past half hour [14].

Коллокация «spooning food into ... mouths» воплощает фразеологически осложнённый сценарий интимного вторжения в коммуникативно-телесное пространство, где соматизм «mouths» метонимически репрезентирует «речь/голос». Акт кормления (spooning) объективирует контроль и подчинение, структурируя репрезентацию травмы и отчуждения.

В романе Дж. Дидион «Play It as It Lays» единицы *got on her nerves, tears my heart out, head in hands, avoid eyes, out of hand, closed her eyes* задают депрессивный фон, акцентируя эмоциональную и социальную изоляцию. Обратимся к примеру:

...it *tears my heart out* to see you this way [14].

Гиперболизированная ядерная фразеологическая единица «tears my heart out» вербализует предельную боль сострадания.

В рассказах Е. Некрасовой фразеологизмы *звенели в уши, с недовольным лицом, поехала кукухой, с дырявым лицом, разрывается сердце, колет под рёбрами* объективируют навязчивость, раздражение, физическую/душевную боль. Рассмотрим следующий пример:

Жестокие, бесстыжие анекдоты ... снились мне по ночам. *Звенели в уши*, когда я бегала вдоль холодной воды [9].

Фразеологизм «звенели в уши» объективирует навязчивое повторение травмирующих слов.

На этом фоне единичные позитивные фразеологизмы (EN:2%, RU:5%) становятся смысловыми центрами переживания подлинного счастья и освобождения:

Я *смеялась* не ртом, а *внутренностью живота*. Открыла, что где-то там был мой специальный орган для настоящих улыбок и смеха [9].

Окказионализм «смеялась внутренностью живота» (не ртом, а внутренностью живота) символизирует аутентичное освобождение, противопоставленное «натянутой улыбке».

В романе Дж. Дидион и рассказах Е. Некрасовой распределение единиц по семантическим полям выглядит следующим образом. Негативные коннотации доминируют в обоих корпусах: 63% (EN) и 67% (RU) ($\chi^2=0.12$, $p>0.05$ при $\alpha=0.05$).

В творчестве Е. Некрасовой телесные ощущения составляют 41% фразеологических единиц (физическое состояние), что формирует её индивидуальный стиль через соматизмы, выражающие травму (*звенели в уши, колет под рёбрами*). Телесность здесь преобладает над психологическими описаниями. У Дж. Дидион,

напротив, эмоции занимают 37,5%, отражая внутренний мир персонажей и их одиночество с акцентом на чувствах, а не на теле.

Таблица 3

Семантические поля (по Болдыреву).

Table 3

Semantic fields (according to Boldyrev).

Семантическое поле	Дж. Дидион (EN)	Е. Некрасова (RU)	Доминирующая концептуализация
Эмоции и чувства	12	7	EN: психологическая интроспекция («tears my heart out»); RU: вторично
Интеллект, мысли, внимание	9	–	EN: когнитивная рефлексия («head in hands»)
Межличностные отношения	6	12	RU: коммуникационные конфликты («блестящий рот выдавал»)
Физическое состояние и восприятие	5	16	RU: соматическая доминанта («звенели в уши», «смеялась внутренностью живота»)
Характеристика внешности/идентичности	–	3	RU: телесная идентификация («с дырявым лицом»)
Психическое состояние	–	1	RU: маргинально («поехала кукухой»)

Такое различие согласуется с выводами А.Р. Нурутдиновой о различиях в репрезентации внутренних состояний в русской и англоязычной лингвокультурах [10]. Статистическая значимость различий полей (χ^2=4.2, p<0.05) корпусно обусловлена.

Соматические фразеологизмы как средство художественной репрезентации травмы и отчуждения реализуют текстообразующую функцию (по И.В. Арнольд), формируя лейтмотивы психологического отчуждения у Дж. Дидион и мифопоэтической телесности у Е. Некрасовой.

У Дж. Дидион соматические единицы «avoided his eyes», «closed her eyes», «head in hands» создают психологический портрет главной героини романа Марии. Они передают её нежелание видеть реальность (частотность avoid/keep/closed eyes, n=8), что подчёркивает одиночество. Фразеологически осложнённая коллокация «head in hands» маркирует душевные кризисы, а фразеологизм «got on her nerves» объективирует постоянное раздражение.

В рассказах Е. Некрасовой соматическая система сложнее: мотив «взгляда» (*не глядеть в глаз, закрыла глаза*) структурирует ритуалы принятия судьбы; мотив «лица / маски» противопоставляет социальную норму (*с недовольным лицом*) травмированной идентичности (*девочки с дырявым лицом* – знак взросления); мотив «рта/речи» варьируется от свободной речи (*блестящий рот выдавал*) к насилию (*закрывает рот перчаткой*); мотив «сердца» представлен антитезой горе (*разрывается сердце*) и радость (*сердце горело*); мотив «подлинного смеха» контрастирует с «механической улыбкой» (*натянутая кожа, сквозняк на зубы*), что особенно ярко выражено в описании героини. Это лейтмотивное описание, повторяясь, превращается в символ социального давления и механического воспроизводства эмоций.

Кросс-лингвистически английские соматизмы фокусируют психологическое отчуждение, русские – телесную трансформацию реальности, воплощая травму через изоляцию (EN) и инициацию (RU).

Выводы

Соматическая фразеология как средство художественной репрезентации травмы и отчуждения в романе Дж. Дидион «Play It as It Lays» и рассказах Е. Некрасовой из сборника «Адвокатка Бабы-яги» выступает ключевым инструментом конструирования субъективности персонажей, их травматического опыта и культурной идентичности.

Сопоставительный анализ соматической фразеологии выявил универсальное доминирование визуального контакта (глаза/eyes – 20% корпуса) как концептуального центра репрезентации травмы и отчуждения.

Ключевые различия статистически значимы (χ^2=4.2, p<0.05): английский текст опирается на ядерные фразеологизмы психологического реализма, русский – на окказионализмы с персонификацией, усиливая телесно-сенсорный дискурс Е. Некрасовой.

Семантически в обоих текстах преобладают негативные коннотации (63% (EN) и 67% (RU)), коррелирующие с темами отчуждения и травмы. Позитивные единицы маркируют редкие моменты подлинного счастья и освобождения.

Функционально соматические фразеологизмы в обоих произведениях реализуют характерологическую, экспрессивную, оценочную и сюжетообразующую функции. У Дж. Дидион – мотивы отчуждения/бессилия, у Е. Некрасовой – сложная лейтмотивная система, свидетельствующая о высокой текстообразующей активности.

Предложенная комплексная методика применима для корпусных исследований и может быть использована при изучении механизмов функционирования соматических фразеологизмов в художественном тексте, а также для анализа индивидуально-авторских картин мира в русской и англоязычной прозе.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с расширение корпуса за счёт других современных авторов; а также с углублённым когнитивным анализом окказионализмов с акцентом на персонификацию как соматическую метонимию (модель концептуальной интеграции) [15].

Декларация об использовании технологий искусственного интеллекта

В процессе подготовки данной статьи автором использовались инструменты искусственного интеллекта (в частности, языковая модель Perplexity, разработчик Perplexity AI, Inc.) для выполнения следующих вспомогательных задач: систематизация и структурирование первичного эмпирического материала; подбор и предварительный анализ научных источников по теме исследования; редактирование и стилистическая коррекция текста; оформление библиографического списка в соответствии с требованиями ГОСТ.

Автор подтверждает, что концепция исследования, методология, анализ языкового материала, интерпретация результатов и научные выводы являются результатом его собственной интеллектуальной деятельности. Ответственность за содержание, оригинальность и достоверность представленных данных полностью лежит на авторе.

Список источников

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. 9-е изд., испр. Москва: Флинта: Наука, 2009. 384 с.
2. Архипкина Л.В. Немецкие фразеологические единицы с компонентами-соматизмами в лингвокогнитивном и культурном аспектах: дис. … канд. филол. наук. Тула, 2007. 233 с.
3. Батунова И.В., Лобынева Е.И., Николаева А.Ю. Специфика соматических фразеологических единиц с отдельными соматическими компонентами // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 2 (116). С. 126 – 129.
4. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика (Курс лекций по английской филологии): учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Зарубежная филология». 3-е изд., стер. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. 122 с.
5. Искендерова К. Сопоставительный анализ соматических фразеологизмов в английском, узбекском и русском языках // Лингвоспектр. 2025. № 1. С. 116 – 121.
6. Карпинская Н.В., Шкуран О.В., Шкуран С.А. Характеристика соматической фразеологии в романе Е. Водолазкина «Лавр»: семантика, функциональный потенциал, частотность употребления // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2023. Т. 14. № 4. С. 1253 – 1270.
7. Козеренко А.Д., Крейдлин Г.Е. Фразеологические соматизмы и семиотическая концептуализация тела // Вопросы языкознания. 2011. № 6. С. 54 – 66.
8. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём: пер. с англ. А.Н. Баранова, А.В. Морозовой; под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. Москва: УРСС, 2004. 252 с.
9. Некрасова Е.И. Адвокатка Бабы-яги: рассказы: [18+]. Москва: АСТ, 2025. 253 с.
10. Нурутдинова А.Р. Лингвосенсорика и когнитивное моделирование в паремиях с телесным кодом: сопоставительное исследование в разноструктурных языках // Российские социогуманитарные исследования. 2023. Т. 17. № 4. С. 113 – 136.
11. Семина И.А. Широкозначные антропонимы и их участие в ad hoc категоризации (на материале современного французского языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2017. № 5 (776). С. 110 – 125.
12. Туркулец И.А. К вопросу об особенностях фразеологизмов с компонентами-соматизмами // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1–1. URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=18523 (дата обращения: 20.03.2026).
13. Barsalou L.W. Ad hoc categories // Memory & Cognition. 1983. Vol. 11. No. 3. P. 211 – 227.

14. Didion J. Play It as It Lays. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2005. URL: https://royallib.com/book/Didion_Joan/play_it_as_it_lays.html (дата обращения: 20.03.2026).
15. Fauconnier G., Turner M. Mental spaces: conceptual integration networks // Cognitive linguistics: basic readings / ed. by D. Geeraerts. Berlin: Walter de Gruyter, 2006. P. 303 – 371.
16. Liebig N.N. Writing Trauma: The Intertwining of the Soma, Semiotic, and Symbolic // Journal of Literature, Critique, and Thought. 2023. Vol. 6. No. 1. P. 77 – 92.

References

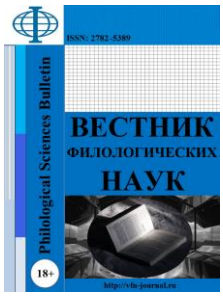
1. Arnold I.V. Stylistics. Modern English: Textbook for Universities. 9th ed., corrected. Moscow: Flinta: Nauka, 2009. 384 p.
2. Arkhipkina L.V. German Phraseological Units with Somatic Components in the Lingvo-Cognitive and Cultural Aspects: Diss. … Cand. Philological Sciences. Tula, 2007. 233 p.
3. Batunova I.V., Lobyneva E.I., Nikolaeva A.Yu. Specificity of Somatic Phraseological Units with Individual Somatic Components. International Research Journal. 2022. No. 2 (116). P. 126 – 129.
4. Boldyrev N.N. Cognitive Semantics (A Course of Lectures on English Philology): A Textbook for Students of Higher Education Institutions Majoring in Foreign Philology. 3rd ed., reprinted. Tambov: Derzhavin Tomsk State University Publishing House, 2002. 122 p.
5. Iskenderova K. Comparative Analysis of Somatic Phraseologisms in English, Uzbek, and Russian. Lingvospektr. 2025. No. 1. P. 116 – 121.
6. Karpinskaya N.V., Shkuran O.V., Shkuran S.A. Characteristics of Somatic Phraseology in E. Vodolazkin's Novel "Laurel": Semantics, Functional Potential, and Frequency of Use. RUDN University Bulletin. Series: Language Theory. Semiotics. Semantics. 2023. Vol. 14. No. 4. P. 1253 – 1270.
7. Kozerenko A.D., Kreidlin G.E. Phraseological Somatisms and Semiotic Conceptualization of the Body. Issues of Linguistics. 2011. No. 6. P. 54 – 66.
8. Lakoff J., Johnson M. Metaphors We Live By: translated from English by A.N. Baranov, A.V. Morozova; edited and with a foreword by A.N. Baranov. Moscow: URSS, 2004. 252 pp.
9. Nekrasova E.I. Baba Yaga's Advocate: stories: [18+]. Moscow: AST, 2025. 253 p.
10. Nurutdinova A.R. Lingvosensorics and cognitive modeling in paroemias with a body code: a comparative study in languages with different structures. Russian socio-humanitarian studies. 2023. Vol. 17. No. 4. P. 113 – 136.
11. Semina I.A. Broad-meaning anthroponyms and their participation in ad hoc categorization (based on modern French). Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Series: Humanities. 2017. No. 5 (776). P. 110 – 125.
12. Turkulets I.A. On the issue of the features of phraseological units with somatic components. Modern problems of science and education. 2015. No. 1–1. URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=18523 (accessed: 20.03.2026).
13. Barsalou L.W. Ad hoc categories. Memory & Cognition. 1983. Vol. 11. No. 3. P. 211 – 227.
14. Didion J. Play It as It Lays. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2005. URL: https://royallib.com/book/Didion_Joan/play_it_as_it_lays.html (accessed: 20.03.2026).
15. Fauconnier G., Turner M. Mental spaces: conceptual integration networks. Cognitive linguistics: basic readings / ed. by D. Geeraerts. Berlin: Walter de Gruyter, 2006. P. 303 – 371.
16. Liebig N.N. Writing Trauma: The Intertwining of the Soma, Semiotic, and Symbolic. Journal of Literature, Critique, and Thought. 2023. Vol. 6. No. 1. P. 77 – 92.

Информация об авторах

Давыдова К.В., *кандидат филологических наук, доцент, Армавирский государственный педагогический университет, kiradav69@mail.ru*

Соболева Е.А., *кандидат педагогических наук, доцент, Армавирский государственный педагогический университет*

© Давыдова К.В., Соболева Е.А., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.2. Литературы народов мира (филологические науки)
УДК 821.531
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-29-36

[1] Демина Д.Л., [1] Гайнуллина Д.Т. ***[1] Казанский (Приволжский) Федеральный университет***

Значение и роль антропонимов в раскрытии художественных образов в романе Чхон Мёнгвана «Кит»

Аннотация: *в данной статье изучаются антропонимы в романе «Кит», созданнм корейским писателем Чхон Мёнгваном. Данное произведение насыщенно именами собственными, которые могут представлять интерес для читателя, владеющего корейским языком. Литературный антропоним, или имя персонажа, неизбежно сообщает о нем что-либо: так, оно указывает на уникальные черты характера и вызывает положительные или отрицательные эмоции, информирует о месте жительства и т.п. Изучение антропонимов в художественном тексте помогает понять, чем руководствовался автор в имятворчестве. Цель исследования заключается в выявлении роли имен в раскрытии образов персонажей. Основными методами в работе выступили метод сплошной выборки, позволивший отобрать необходимые языковые единицы – антропонимы, метод биографический, который использовался для определения авторского «присутствия» в тексте, отношения к героям, в ходе рассмотрения антропонимов применялись описательный и сопоставительный методы, метод контекстуального анализа. В результате исследования мы выявили, что имя, созданное тем или иным способом, на протяжении повествования может заиграть новыми красками и даже помогает различить насмешку автора или его сочувствие, к существующим именам порой добавляются новые, которые демонстрируют персонажей в ином свете, к примеру, свидетельствуют об изменении их статуса. Результаты данного исследования могут быть применены в последующих работах, посвященных корейскому языку и литературе, ономастических исследованиях, в частности исследованиях по литературной ономастике Кореи.*

Ключевые слова: *корейское имя собственное, литературный антропоним, оригинальное имя, фамилия + должность, псевдоним, прозвище, значение, Чхон Мёнгван, «Кит»*

Для цитирования: Демина Д.Л., Гайнуллина Д.Т. Значение антропонимов в романе Чхон Мёнгвана «Кит» // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 29 – 36. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-29-36

Поступила в редакцию: 13 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 26 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Demina D.L., [1] Gainullina D.T. ***[1] Kazan (Volga region) Federal University***

The meaning and role of anthroponyms in revealing artistic images in a novel “Whale” by Cheon Myeongkwan

Abstract: *this article examines anthroponyms in the novel “Whale” by Cheon Myeongkwan. This work contains plenty of proper names, which may be of interest to readers that are fluent in Korean. A literary anthroponym, or character’s name, inevitably conveys something about the character: it points to unique traits of character, evokes positive or negative emotions, provides information about the character’s place of residence and so on. Studying anthroponyms in literature helps us understand the author’s guiding principles when creating names. The object of the study is to identify the role of names in revealing character’s images. The primary methods used in the study were*

continuous sampling, which allowed us to select the necessary linguistic units – anthroponyms, biographical analysis, which was used to determine the author's "presence" in the text and their attitude towards characters, descriptive and comparative methods, method of contextual analysis. In our research it was revealed that a name, created one way or another, can take on new meaning over the course of a narrative and even help discern the author's irony or empathy. New names are sometimes added to existing ones, portraying characters in a different light, for example, by indicating a change in their status. The results of this study can be applied to future ones devoted to the Korean Language and Literature, onomastic studies and, in particular, studies on Korean Literary Onomastics.

Keywords: *Korean proper name, literary anthroponym, original name, surname + title, pseudonym, nickname, meaning, Cheon Myeongkwan, "Whale"*

For citation: Demina D.L., Gainullina D.T. The meaning of anthroponyms in "Whale" by Cheon Myeongkwan. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 29 – 36. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-29-36

The article was submitted: April 13, 2026; Approved after reviewing: April 26, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

С каждым днем интерес к стране утренней свежести все больше возрастает, что обусловлено использованием Республикой Корея мягкой силы. Если поначалу она привлекала внимание яркими выступлениями артистов и находящими отклик в душах многочисленных зрителей телевизионными драмами, то в настоящее время большую популярность завоевывают иные стороны корейского общества, такие как косметика и еда. Появляется все больше желающих изучать корейский язык и культуру, а также читать литературу.

Имена собственные являются неотъемлемой частью каждого языка и, выполняя идентифицирующую функцию, способствуют успешной коммуникации. Примечательно, что в такой сфере, как литература, для которой характерно сосуществование реальности и вымысла, имена не столько оказываются отобранными автором, сколько созданными. Имя персонажа, иначе говоря, литературный (поэтический) антропоним, в том или ином произведении играет не последнюю роль в создании художественного образа: посредством имени автор не только сообщает, к какой национальности принадлежит вымышленный им герой и какими уникальными чертами характера тот обладает, но и подсказывает собственное отношение к нему. Изучение имен, в особенности литературных антропонимов, дает возможность совершить глубокий анализ художественного текста. Однако, по нашим наблюдениям, антропонимы в корейской литературе представляют больший интерес в работах на корейском языке, в то время как в отечественной и зарубежной науке делается акцент не на литературной ономастике, а на изучении структуры корейского имени и значении составляющих его слогов, а также принципов формирования антропонимов. Корейские антропонимы изучаются во взаимосвязи с культурой, так исследователи М.В. Багинская, Е.В. Ли и Е.Е. Калиш выявляют влияние китайских философских концепций, таких как инь-ян и у-син, на создание имени [14].

Отчасти причина малой популярности изучения имен в корейских художественных произведениях заключается в отказе авторов как-либо называть персонажей и обозначать места действия. Как подчеркивает корейская писательница Кан Ёнсук, во многих книгах, опубликованных в середине 1990-х гг., вместо имен использовались местоимение первого лица множественного числа «мы» («ури») или местоимения третьего лица «он» («кы») и «она» («кыне»), но развитие гражданского общества повлияло на литераторов таким образом, что они начали придавать большее значение отдельным персонажам [18]. Особая роль имени в художественном тексте подчеркивается П.А. Моррис, переводчицей произведения Ким Хиджин «Как ни странно»: имена здесь выступают инструментом для раскрытия аспектов истории и предсказывают судьбу героев [19].

Корейский писатель Чхон Мёнгван в романе «Кит» нарекает персонажей нетипичными именами, которые отличаются звучанием и несут далеко не очевидное значение. Для того чтобы приблизиться к пониманию авторского замысла, необходимо проанализировать появляющиеся в данном произведении антропонимы, в чем заключается актуальность исследования.

Объектом изучения в статье выступают антропонимы, употребленные в романе «Кит» Чхон Мёнгвана. Предмет исследования состоит в выявлении значения и функционирования антропонимов на протяжении произведения.

Цель нашей работы – изучение роли антропонимов в раскрытии образов персонажей выбранного романа. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи: 1) рассмотреть способы именования, которые могут использоваться в художественном тексте; 2) изучить биографические сведения о писателе Чхон Мёнгване; 3) охарактеризовать употребление антропонимов и проследить изменение их значения.

Материалы и методы исследований

Материалом данного исследования является роман «Кит» (2004) под авторством Чхон Мёнгвана. Используются следующие методы: метод сплошной выборки для отбора антропонимов в тексте, биографический метод для определения авторского отношения, метод контекстуального анализа, сопоставительный и описательный методы при анализе антропонимов.

Результаты и обсуждения

При именовании персонажа автор руководствуется его ролью в тексте. Так в именах персонажей, отодвигаемых «на задний план», может содержаться указание на род их деятельности, но, напротив, автор наиболее осторожен, когда называет героев, образы которых пронизывают произведение либо раскрывают тему [10, с. 112]. Корейские исследовательницы Чхве Мёнсук и Ли Кёнми выделяют несколько способов именования по типу антропонима:

1) оригинальное имя (аллегорический и иронический способы, фамилия + должность);

2) ненастоящее имя (псевдоним, прозвище) [6, 11].

Корейское имя собственное включает в себя фамилию и имя, которое стоит после фамилии и может содержать один или два слога, записывающиеся на русском языке слитно либо раздельно. Как замечает М.И. Султангулова, корейская фамилия «обычно имеет один слог, но... в очень редких случаях... может состоять из двух слогов» [9, с. 8-9]. Обращает на себя внимание и одинаковый слог в именах, принадлежащих к одному поколению родственников, зачастую мужского пола: это, по утверждению Квон Ёна, демонстрирует, к какой семье или поколению они относятся, к примеру двоюродные братья Ли Гихан и Ли Юнхан [2, с. 305]. Во многих корейских именах не обходится стороной гендерный фактор, т. е. назвать подобным именем можно исключительно мужчин или женщин [9, с. 9]. Так, например, женские имена нередко содержат слоги со значением «красота», но в мужских именах фигурируют слоги, означающие победу, силу.

Аллегорический способ именования состоит в том, что имя с точностью отображает индивидуальность персонажа и выделяет какую-либо черту. Это имя, как показывает Чхве Мёнсук, «способствует раскрытию темы, гармонируя с фоном произведения» [11, с. 212].

Если автор использует иронический способ, то значение имени персонажа оказывается противопоставленным его характеру либо ситуации, в которой тот находится: например, героя называют именем, которое обозначает положительное качество или красоту, но действует он совершенно иначе. Подобный способ назван исследователем Ким Мёнсином довольно эффективным, поскольку автор «при именовании антагонистов может произвести сильное впечатление на читателей» [3, с. 192].

Способ «фамилия + должность», в отличие от вышеперечисленных способов, не призван причислить персонажа к добрым или злым, но отражает его социальный статус. Он маркирует героя с таким именем как влиятельную фигуру, которая наделена властью [3, с. 199].

Кроме оригинального имени, персонаж также может использовать псевдоним или быть названным по прозвищу, которые не принадлежали ему с рождения. Ли Кёнми замечает, что факт смены имени «свидетельствует о внутренних переменах героя или изменении внешних обстоятельств» [6, с. 58]. Прозвище часто используется в качестве обращения к персонажу. Оба способа именования, по мнению О Сеын, «добавляя художественному тексту динамизма, создают “эффект смены сцены”, выходящий за рамки деления произведения на главы» [8, с. 151]. Прозвище в отличие от имени более точно отражает какую-либо черту, а также стимулирует интерес читателей.

Немалую роль в имятворчестве – процессе отбора или создания имен – играет личность автора. Здесь мы считаем уместным упомянуть видного ономаста Леонарда Р.Н. Эшли, который подчеркивает, что при рассмотрении литературных антропонимов «необходимо изучать тех, кто называет, наравне с именами, конструкциями и контекстом» [13, с. 205]. Выделим ключевые моменты в биографии корейского писателя Чхон Мёнгвана.

Творчество Чхон Мёнгвана относится к началу XXI века, на тот момент в корейской литературе наметился отход от проблемы разделения нации к частным проблемам жизни в эпоху постиндустриального общества. Параллельно с началом литературной деятельности данного писателя публикуются произведения, авторы которых критикуют недостатки корейского общества и фиксируют изменения в нем. Литературный дебют Чхон Мёнгвана, родившегося в 1964 г., состоялся в довольно зрелом возрасте. Не получивший соответствующего образования, читавший множество зарубежных книг и экспериментирующий с повествованием, он считается «чужеземцем, тайно проникшим на территорию корейской литературы» [7, с. 256].

Говоря о собственном окружении и опыте общения, Чхон Мёнгван утверждает, что ему незнакома жизнь образованной элиты и именно поэтому ее представители в произведениях писателя не встречаются, однако его радовала компания бедных и маргиналов, членом общества которых он был [16, с. 51]. По его

мнению, роман – это история о неудаче, и Чхон Мёнгван питает интерес к произведениям, главные герои которых являются глупцами или несчастными [15, с. 102]. Все это указывает на трудности, с которыми писатель столкнулся в юности.

На творчество Чхон Мёнгвана также наложила отпечаток его работа киносценаристом. Для его произведений характерны быстрый темп повествования и правдоподобные персонажи. Как отмечает Чхон Мёнгван, он действительно вначале обозначал персонажей и события и впоследствии придавал форму прозы [15, с. 102]. Роман «Кит», являющийся дебютным, был написан писателем, когда его сценарий, главной героиней которого была королева красных кирпичей, не был принят.

Хотя на тот момент к фильму с подобным сюжетом был выказан малый интерес, роман завоевал внимание читателей по всему миру. Это доказывает и тот факт, что в 2023 г. данное произведение было представлено в списке Международной Букеровской премии и писатель признался, что «Кит» до сих пор остается «движущей силой» в его судьбе [17].

В романе «Кит» автор предлагает погрузиться в историю жизни Чхунхи, а также ее матери Кымбок, полной удивительных событий и трудностей. Повествование берет начало до Корейской войны 1950-1953 гг., охватывает военный период и далее фоном служит индустриализация и военная диктатура в Республике Корея. Хотя произведение отличается занимательным сюжетом, Чхон Мёнгван дает некоторую оценку корейскому обществу тех времен. Перед читателем предстают персонажи, принадлежащие к разным социальным группам и рассказывающие уникальную историю.

Среди персонажей «Кита» есть те, кто не имеет какого бы то ни было имени, иначе говоря, безымянные, однако мы сосредоточим внимание на героях, названных писателем. Нами были отобраны 13 антропонимов, которые принадлежат 8 персонажам: 1) Кымбок (оригинальное имя), Наоко (псевдоним), директор Кан (фамилия + должность); 2) Чхунхи (оригинальное имя), Беркшир (прозвище); 3) Торговец Лекарствами или Фармацевт (прозвище); 4) Кокчон (оригинальное имя); 5) Меченый (прозвище); 6) Мун (фамилия); 7) Сурён (оригинальное имя), Дорогая Цаца (прозвище); 8) Божья Коровка (прозвище), Алюминиевая Маска (прозвище).

Имя «Кымбок» включает в себя слог «кым», прочитывающийся как иероглиф со значением «золото» [1, с. 88], и слог «пок», иероглиф в основе которого означает «благо», «счастье» [1, с. 286], что содержит намек на «денежное счастье» и финансовые успехи героини. Действительно, с малых лет она обнаруживает предпринимательские способности, помогая торговцу рыбой и занимаясь ее сушкой и вялением, так она стала его деловым партнером. В дальнейшем Кымбок случайно находит крупную денежную сумму: «Кымбок с опаской посмотрела вверх и вдруг заметила что-то белое, падающее вместе с потоком воды. Какие-то бумажные листочки. Мокрые бумажки все падали и падали и в конце концов полностью накрыли собой Кымбок, Чхунхи и одеяло» [12, с. 159]. Кымбок организует строительство кирпичного завода и, терпя неприятности, добивается изготовления и реализации кирпичей, за что среди рабочих и затем в деловых кругах становится известной как директор Кан или Кан саджан. Кымбок заслужила фамилию, похожую по звучанию на слово «ккан» («сила или упорство, способность стоять до конца в какой бы то ни было ситуации» [5]), так как выдержала трудности и добилась желаемого.

Однако вместе с успехами в бизнесе в Кымбок растет желание обогащения: «В людских душах поселилась пустота, а Кымбок воспользовалась этим и денежку за денежкой аккуратно складывала заработанные купюры, скоро составившие приличный капитал» [12, с. 217]. Заняв бесчисленное количество должностей и учредив масштабный кинотеатр, Кымбок наиболее полно реализует значение собственного имени, но делает это в ущерб человечности. Она забывает о дочери и упускает истинное счастье. Встретив Чхунхи в театре, Кымбок описывает ее Сурён так: «Она работает на заводе. В войну потеряла родителей, идти было некуда, вот и прибилась ко мне» [12, с. 277].

Именем Чхунхи называют дочь Кымбок сестры-близнецы, которые стали свидетелями рождения девочки: «Решив, что появление Кымбок начертано самой судьбой, они со всей душой стали ухаживать за матерью и ребенком и дали новорожденной распространенное имя Чхунхи, состоящее из иероглифа Чхун, означающего весну, и иероглифа Хи со смыслом “девочка”. Пусть ребенок родился зимой, но скоро должна наступить весна, и вот в ожидании весны девочка получила такое имя» [12, с. 131]. Чхунхи в отличие от других персонажей стоит особняком в силу необычной физиологии: будучи немой, она познает мир в общении со слоном Джамбо. Чхунхи обладает недюжинной силой, но, несмотря на суровый вид, не способна испытывать такое негативное чувство, как злость по отношению к кому бы то ни было. Примечательно, что Чхон Мёнгван сранивает ее чувства с проявлениями весны, что видно в цитате: «Ее чувствам, нежным и чистым, как молодые почки, нанесли глубокую рану. Но Чхунхи не знала, как превратить эту рану в лютую ненависть или изощренную месть» [12, с. 340]. Очевидно, автор симпатизирует героине, демонстрирующей чистоту помыслов, но заключенной в тюрьму по ложному обвинению.

Заключенная, Чхунхи становится известной по прозвищу Беркшир. Его дал героине начальник тюрьмы, увидевший сходство ее внешности с породой свиней. Очевидно, прозвище говорит о сильном презрении, а также отвращении того к Чхунхи, имеющей массивное телосложение: «– Вы только гляньте. Эта девчонка точно напоминает беркшира» [12, с. 312].

Торговец Лекарствами (сокращенный вариант – Фармацевт, по-корейски – Якчансу) является давним другом Кымбок. Слово «якчансу», используемое автором для называния героя, в корейском языке применяется по отношению к «человеку, продающему лекарства на базаре или улице» [5]. Не имеющему медицинского образования, такому продавцу остается лишь делать все возможное, чтобы убедить покупателя в своей правоте. Хотя персонаж не продает лекарства на самом деле, такое именование заставляет читателя насторожиться, словно в дальнейшем тот сыграет не последнюю роль: «Торговец Лекарствами – он получил его за свое красноречие, которым обычно обладают мошенники, навязывая покупателям подозрительные снадобья под видом панацеи от всех болезней, – хорошо умел заговаривать зубы сладкими речами и так улестил невинную Кымбок, что не снять кофточку не представлялось возможным» [12, с. 42].

Став взрослым, Фармацевт занимался сбытом лекарств под стать прозвищу. В момент его встречи с Кымбок та предлагает ему занять должность директора кинотеатра. Завладев ее доверием, Торговец Лекарствами уводит у Кымбок Сурён, проводит множество махинаций с бюджетом кинотеатра и становится мошенником, ведя себя крайне бесстыдно: «Часть денег, полученных для засыпки водохранилища в родном селении, он уже потратил на себя, купил землю и оформил на свое имя. Кроме того, он вел двойную бухгалтерию, подкупал сотрудников, неоднократно присваивал деньги и жульничал» [12, с. 290].

Переехав с возлюбленной, Торговец Лекарствами подделывает их биографию, пытаясь переписать прошлое, и использует все накопленное ораторское мастерство, чтобы сблизиться с представителями интеллигенции. По-видимому, персонаж желал «очиститься» от низменных поступков и стать наравне с личностями культурными, но и на новом месте их ожидает человек, готовый раскрыть их истинное лицо. Как Фармацевт ни старался выдать желаемое за действительное, он не приобретает новое имя, которое бы свидетельствовало о повышении его статуса, но его прозвище нисколько не меняется, что говорит об авторской иронии: этот персонаж жил одним лишь обманом и, даже изменив биографические сведения, он не смог ничего поделать со своей подлинной природой.

Следующий антропоним – Кокчон. Этим именем называют грузчика, обладающего мощным телосложением и спасшего Кымбок от нападок рыбака в портовом городе. Думается, что имя этого персонажа было образовано путем онимизации, поскольку «кокчон», имя нарицательное, в переводе с корейского языка означает беспокойство, заботу или тревогу [1, с. 33]. Приводятся 2 истории получения им данного имени: «Первая повествует о том, что в детстве он был настолько непривередлив в еде, что родители, беспокоясь, как бы в будущем ему не пришлось голодать, назвали его Кокчоном. А согласно второй он получил такое имя, потому что его внушительная внешность напоминала Лим Кокчона, известного вора родом из Янчжу» [12, с. 60-61]. Как видно, родители желали, чтобы их ребенок вел себя осознанно и в одночасье не остался без еды. Однако Кокчон был беспечен, что противоречит вложенному в имя значению, но действия персонажа беспокоят его возлюбленную Кымбок: «Все получилось наоборот: тревогу вызывало то, что его не беспокоила перспектива жить впроголодь. Кокчон всегда относился ко всему легко, и даже дела завтрашнего дня никогда не волновали его» [12, с. 71].

После получения серьезных повреждений из-за собственного легкомыслия немощный, Кокчон преисполняется тревогой и реализует такое значение имени, как «боязнь», «страх»: «Кокчон полностью зависел от Кымбок, она и кормила, и баюкала, и мыла его, поэтому с некоторых пор он начинал нервничать, стоило ей хоть ненадолго куда-нибудь отлучиться. Он часто плакал, дрожал от страха, говорил, что его хотят убить» [12, с. 88]. Кокчон занимает важное место в жизни Кымбок, это была ее первая любовь, причем страстная. Как правило, любовь такого рода должна была либо перейти в спокойное русло, либо трагически закончиться, что и происходит, когда Кокчон бросается в бушующие волны. Период их отношений был наполнен беспокойством и впоследствии, когда Кымбок видит в Чхунхи своего возлюбленного и в повествовании появляется его имя, она тревожится.

Привлекательным для читателя предстает Меченый, который возглавляет преступный мир в том же портовом городе. Меченый, или Кхальджагук, что переводится как «ножевой шрам» или «ножевая рана» [1, с. 659] является прозвищем, которое персонаж получил из-за шрама, бросающегося в глаза: «Кымбок повернула голову и посмотрела на незнакомца. Одну щеку его белого и ухоженного лица рассекал длинный шрам» [12, с. 76].

Прозвище, однако, обладает более глубоким значением и характеризует не только внешность персонажа. Читатель знакомится с Меченым, когда тот наблюдает за Кымбок и предлагает посетить кинотеатр. За-

тем автор предлагает заглянуть в прошлое контрабандиста, которое оказывается полным опасности и всяческих невзгод. Нож и раны, зафиксированные в прозвище – его неизменные спутники: Меченый с детства учился владеть кинжалом и, убив множество людей, возглавил клан якудза. Подобные поступки он совершил во имя любви к гейше, которая нанесла душе Меченого глубокую рану.

Пытаясь осуществить несбыточную мечту, Меченый называет Кымбок именем гейши, Наоко, то есть применяет к ней фальшивое имя: «– Я бы хотел, чтобы впредь во время наших встреч ты надевала эту одежду. Ну как, сможешь сделать это ради меня, Наоко?» [12, с. 102]. Кымбок ничего не остается, кроме как согласиться на просьбу благодетеля, помогающего Кокчону выздороветь, и принимает псевдоним, будто играя роль иного персонажа: «Со временем Кымбок привыкла к Наоко и к кимоно, а затем и вовсе перестала отвергать это имя, будто ее всегда так и звали» [12, с. 102].

Мун является единственным персонажем, названным по фамилии. Под руководством Кымбок он изготавливает кирпичи на заводе. Ранее Мун имел семью, но с ней его разлучила Корейская война, из-за которой он не мог вернуться в родной край. В приведенной цитате показаны эмоции данного персонажа: «Обычно он сидел в углу за чашкой кофе и бесконечно грустным взглядом смотрел на далекие горы и, возможно, в эти минуты его переполняла тоска по жене и детям, оставленным на родине» [12, с. 155]. Потеря семьи в довольно зрелом возрасте, несомненно, была для него сильным потрясением, что выражается и в его имени: Мун лишился также идентичности и только фамилия свидетельствует о его принадлежности к оставленным в Северной Корее родным. До самого конца, обособленный от других, он не пожелает сблизиться с кем-либо настолько, чтобы его назвали по имени.

Благозвучное имя носит девушка из дома терпимости. Сурён (с кор. «кувшинка», «водяная лилия» [4, с. 381]) обладает редкой красотой, и данное имя аллегорически отражает привлекательность и очаровательность. Кымбок вызывается помочь девушке оставить презренное место и выкупает ее у хозяина за большую сумму, что стало поводом для содания прозвища: «Услышав об этом, старшая из близнецов заменила имя проститутки Сурён, что значит “цветок лотоса”, прозвищем “Дорогая Цаца”» [12, с. 256-257]. Любимое дело Сурён заключается в неустанном «украшательстве», что хорошо показывает цитата: «Кымбок охотно выполнял любое желание Сурён, не ограничивая ее в средствах, и скоро в ее комнате и висела, и лежала грудой одежда всевозможных моделей, была разложена дорогая косметика, украшения, редкие драгоценные камни, и создавалось впечатление, что она скупила весь товар в универмаге» [12, с. 274]. Прозвище «Дорогая Цаца» еще больше проявляет себя, когда Кымбок оценивает девушку таким образом: «– Она красива, очаровательна, вот потому на нее и требуется много денег» [12, с. 274]. Несмотря на прекрасную внешность, она легкомысленна и глупа, потому что, влюбившись в поэта, признается ему во всем, в том числе в содеянном злодеянии с Фармацевтом. В конце концов, героиню заключают в тюрьму. На наш взгляд, в таком имени автор заключил насмешку, показав напрасность красоты. Также, как и в случае с Торговцем Лекарствами, неизвестно ее новое имя. Иными словами, как бы Сурён ни стремилась жить как благородная дама, она была легко узнаваема.

Божья Коровка является прозвищем тюремщика, бесчеловечно издевавшегося над Чхунхи. В тексте содержится объяснение, как персонаж получил данное имя: «Невзрачная внешность и отвратительное впечатление чего-то грязного, которое он производил на всех, омрачили его детство, и после переходного возраста – периода, наполненного ненавистью и смутой, – он превратился в холодного и бездушного, как сухой лед, мужичка. Обладая слабым характером, пассивный, он, маскируясь, как божья коровка, не хотел привлекать к себе внимания окружающих» [12, с. 314-315]. Божья Коровка начинает действовать, когда Чхунхи демонстрирует титаническую силу: он отправляет ее на бой без правил, надеясь получить большие деньги и рассчитывая на выигрыш девушки. Однако, когда та, не способная понять замысла и напуганная, формально проигрывает, тюремщик вымещает всю злобу и беспощадно избивает Чхунхи. Он получает прозвище «Алюминиевая Маска», поскольку ему приходится скрывать изуродованное Чхунхи лицо, но это дает ему повод для проявления еще большей жестокости: «Месть для Алюминиевой Маски стала навязчивой идеей и все то, что он заставил испытать Чхунхи, переходило границы человеческой низости и жестокости» [12, с. 325]. Прячась за маской, он чувствует себя безнаказанным, и изменение прозвища свидетельствует и о произошедшей в его характере перемене.

Выводы

Несмотря на то, что среди исследователей корейской литературы интерес к изучению антропонимов сравнительно невысок, думается, что количество работ на тему корейских имен в литературе увеличится. В отличие от реального мира имя в художественном произведении не только помогает читателю различать персонажей, ориентируясь в тексте, но и узнать об их внутреннем мире, приблизиться к пониманию замысла писателя. Имя персонажа имеет не очевидное значение, как может показаться на первый взгляд: на про-

тяжении повествования оно меняется, его могут дополнять прозвища или псевдонимы, появляющиеся у персонажа с какой-либо целью и обогащающие его образ. Внимательность при прочтении помогает понять роль имени в тексте, а также авторских отсылок.

Среди отобранных и проанализированных нами антропонимов в романе «Кит», написанном Чхон Мёнгваном, были разнообразные типы имен: 6 прозвищ, 4 оригинальных имени, 1 фамилия, 1 фамилия + должность, 1 псевдоним. Также, называя Кымбок, Чхунхи и Сурён, автор прибегнул к аллегорическому способу и ироническому способу, когда давал имя Кокчону. Добавившиеся антропонимы, к примеру, у Кымбок, позволили наблюдать изменение социального статуса персонажа, а также обнаружить перемены в поведении, как в случае с Божьей Коровкой.

Список источников

1. Кан Доксу, Ким Хёнтхэк. Корейско-русский словарь GEM. Сеул: (Чу)Чинмёнпханса, 2000. 759 с.
2. Квон Ён. Особенности корейского обращения // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9: Язык и литература. 2007. Вып. 1. Ч. 2. С. 304 – 314.
3. Ким Мёнсин. Особенности способов именования и персонажей «Тринадцати героев с семью мечами» // Сборник трудов о китайских романах. 2018. Т. 56. С. 185 – 204. DOI: 10.17004/jrcn.2018..56.006.
4. Корейско-русский словарь / отв. ред. Пак Хёнгю. Сеул: Росиаомунхакса, 2002. 807 с.
5. Корейско-русский учебный словарь Национального института корейского языка [Электронный ресурс]. URL: https://krdict.korean.go.kr/rus/mainAction (дата обращения: 13.04.2026).
6. Ли Кёнми. Женское имя в корейской и китайской классической литературе // Исследования китайской культуры. 2025. № 67. С. 47 – 69. DOI: 10.18212/cccs.2025..67.003.
7. Ли Чонсок. Выходящее за рамки реальности повествование // Мунхактоннэ. 2007. Т. 14. № 2. С. 256 – 270.
8. О Сеын. Тематический анализ значения имени в детской литературе // Детская литература и перевод. 2018. № 36. С. 147 – 175.
9. Султангулова М.И. Структура корейского имени собственного // Кореееведение в России: направление и развитие. 2022. Т. 3. № 2. С. 8 – 10.
10. Чхве Ёнчхоль. Анализ значения и искусства именования персонажей «Сна в красном тереме» // Сборник трудов китаеведения. 2003. № 16. С. 65 – 116.
11. Чхве Мёнсук. Исследование способов именования и характеров персонажей романов Ким Юджона // Исследования культуры Азии. 2014. № 36. С. 203 – 226. DOI: 10.34252/acsri.2014.36..007.
12. Чхон Мёнгван. Кит / Пер. с кор. Ким Хвана, Ли Сан Юн. М.: Текст, 2018. 414 с.
13. Ashley L.R.N. What's in a name?: everything you wanted to know. Baltimore: Genealogical Publishing Company, 1989. 257 p.
14. Baginskaya M.V., Li E.V., Kalish E.E. Influence of Chinese natural philosophy on the formation of Korean anthroponyms // 14th Session of Euro-Asian Law Congress "The value of law": Proceedings of the International Conference. Ekaterinburg: EDP Sciences, 2022. Vol. 134. P. 1 – 5. DOI: 10.1051/shsconf/202213400137.
15. Chang J. A conversation with Cheon Myeong-gwan // Azalea: Journal of Korean Literature & Culture. 2018. Vol. 11. P. 101 – 103.
16. Cheon M. Writing about special, ordinary lives // List: Books from Korea. 2015. Vol. 28. 51 p. URL: https://kln.or.kr/issues/issuesView.do?volumeIdx=84 (дата обращения: 13.04.2026).
17. Cheon Myeong-kwan interview: 'Whale is still a propulsive force in my life' [Электронный ресурс]. 2023. URL: https://thebookerprizes.com/the-booker-library/features/cheon-myeong-kwan-interview-whale (дата обращения: 13.04.2026).
18. Kang Young. How do Korean authors come up with character names? Do they consider the meaning when naming the characters? // Korean Literature Now. 2020. Vol. 50. 83 p. URL: https://klwave.or.kr/klw/magazines/61/issuesView.do (дата обращения: 13.04.2026).
19. Morris P.A. Oddly ineffable: naming people and disability in Kim Heejin's No matter how odd [Электронный ресурс]. 2025. URL: https://wordswithoutborders.org/read/article/2025-03/oddly-ineffable-naming-people-and-disability-in-kim-heejins-no-matter-how-odd-morris/ (дата обращения: 13.04.2026).

References

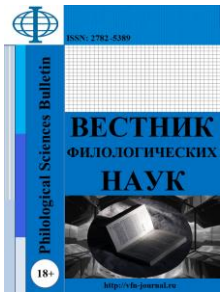
1. Kang Doksu, Kim Hyungtaek. The GEM Korean-Russian Dictionary. Seoul: (Chu) Jinmyeongpangsa, 2000. 759 p.
2. Kwon Yeon. Features of Korean Address. Bulletin of St. Petersburg University. Series 9: Language and Literature. 2007. Issue 1. Part 2. P. 304 – 314.
3. Kim Myeongsin. Features of Naming Methods and Characters in “Thirteen Heroes with Seven Swords”. Collection of Works on Chinese Novels. 2018. Vol. 56. P. 185 – 204. DOI: 10.17004/jrcn.2018..56.006.
4. Korean-Russian Dictionary. ed. Park Hyung-gyu. Seoul: Rosiaomunhaksa, 2002. 807 p.
5. Korean-Russian Educational Dictionary of the National Institute of the Korean Language [Electronic resource]. URL: https://krdict.korean.go.kr/rus/mainAction (accessed: 13.04.2026).
6. Lee Kyungmi. The Female Name in Korean and Chinese Classical Literature. Studies of Chinese Culture. 2025. No. 67. pp. 47–69. DOI: 10.18212/cccs.2025..67.003.
7. Lee Jongseok. A Narrative Beyond Reality. Munhakdongae. 2007. Vol. 14. No. 2. P. 256 – 270.
8. Oh Seeun. Thematic Analysis of the Meaning of Names in Children's Literature. Children's Literature and Translation. 2018. No. 36. P. 147 – 175.
9. Sultanqulova M.I. The Structure of the Korean Proper Name. Korean Studies in Russia: Direction and Development. 2022. Vol. 3. No. 2. P. 8 – 10.
10. Choi Yeongchul. Analysis of the Meaning and Art of Naming the Characters of "Dream of the Red Chamber". Collection of Works on Sinology. 2003. No. 16. P. 65 – 116.
11. Choi Myung-suk. A Study of the Methods of Naming and Characters of Kim Yu-jong's Novels. Studies in Asian Culture. 2014. No. 36. P. 203 – 226. DOI: 10.34252/acsri.2014.36..007.
12. Cheon Myungwan. Keith. Transl. from cor. Kim Hwana, Lee Sang Yoon. M.: Text, 2018. 414 p.
13. Ashley L.R.N. What’s in a name?: everything you wanted to know. Baltimore: Genealogical Publishing Company, 1989. 257 p.
14. Baginskaya M.V., Li E.V., Kalish E.E. Influence of Chinese natural philosophy on the formation of Korean anthroponyms. 14th Session of Euro-Asian Law Congress “The value of law”: Proceedings of the International Conference. Ekaterinburg: EDP Sciences, 2022. Vol. 134. P. 1 – 5. DOI: 10.1051/shsconf/202213400137.
15. Chang J. A conversation with Cheon Myeong-gwan. Azalea: Journal of Korean Literature & Culture. 2018. Vol. 11. P. 101 – 103.
16. Cheon M. Writing about special, ordinary lives. List: Books from Korea. 2015. Vol. 28. 51 p. URL: https://kln.or.kr/issues/issuesView.do?volumeIdx=84 (accessed: 13.04.2026).
17. Cheon Myeong-kwan interview: ‘Whale is still a propulsive force in my life’ [Electronic resource]. 2023. URL: https://thebookerprizes.com/the-booker-library/features/cheon-myeong-kwan-interview-whale (accessed: 13.04.2026).
18. Kang Young. How do Korean authors come up with character names? Do they consider the meaning when naming the characters? Korean Literature Now. 2020. Vol. 50. 83 p. URL: https://klwave.or.kr/klw/magazines/61/issuesView.do (accessed: 13.04.2026).
19. Morris P.A. Oddly ineffable: naming people and discrimination in Kim Heejin’s No matter how odd [Electronic resource]. 2025. URL: https://wordswithoutborders.org/read/article/2025-03/oddly-ineffable-naming-people-and-disability-in-kim-heejins-no-matter-how-odd-morris/ (accessed: 13.04.2026).

Информация об авторах

Демина Д.Л., *Казанский (Приволжский) Федеральный университет, dasha.demina.2003@mail.ru*

Гайнуллина Д.Т., *кафедра китаеведения и азиатско-тихоокеанских исследований, Казанский (Приволжский) Федеральный университет, dmashtakova98@mail.ru*

© Демина Д.Л., Гайнуллина Д.Т., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 81'33
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-37-41

[1] Коев С.Ю.

[1] Московский государственный лингвистический университет

Задача WSD - современные способы разрешения многозначности

Аннотация: *данная статья посвящена исследованию одной из наиболее сложных задач в области обработки естественного языка (NLP) – разрешению лексической многозначности (WSD) в контексте нейронного машинного перевода. Целью работы является систематизация современных подходов к преодолению семантических барьеров, которые препятствуют достижению человеческого уровня точности при переводе полисемичных лексем. Исследование приводит классификацию наиболее частотных ошибок нейронных сетей при разрешении задачи WSD, систематизирует современные подходы к разрешению данной задачи (модификация обучающих датасетов, изменение архитектур и использование семантического промптинга) и приводит данные по оценке эффективности существующих методов. Данная работа описывает современное состояние практических подходов к задаче WSD. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных выводов для оптимизации систем машинного перевода и разработки специализированных лингвистических инструментов на базе LLM. Также авторы предлагают подход интеграции в подобные модели формальных семантических теорий.*

Ключевые слова: *нейронный машинный перевод, полисемия, бенчмарк, WSD, контекст, многозначность*

Для цитирования: Коев С.Ю. Задача WSD - современные способы разрешения многозначности // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 37 – 41. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-37-41

Поступила в редакцию: 14 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 26 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Koev S.Yu.

[1] Moscow State Linguistic University

The WDS task - modern approaches to solving polysemy

Abstract*: this article explores one of the most challenging problems in natural language processing (NLP) – word-word resolution (WSD) – in the context of neural machine translation. The goal of the study is to systematize modern approaches to overcoming semantic barriers that prevent human-level accuracy in translating polysemous lexemes. The study classifies the most frequent errors neural networks make when solving the WSD problem, systematizes modern approaches to solving this problem (modifying training datasets, changing architectures, and using semantic prompting), and presents data on evaluating the effectiveness of existing methods. This paper describes the current state of practical approaches to the WSD problem. The practical significance of the study lies in the possibility of using the obtained findings to optimize machine translation systems and develop specialized linguistic tools based on LLM. The authors also propose an approach for integrating formal semantic theories into such models.*

Keywords: *neural machine translation, polysemy, benchmark, WSD, context, polysemy*

For citation: Koev S.Yu. The WDS task - modern approaches to solving polysemy. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 37 – 41. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-37-41

The article was submitted: April 14, 2026; Approved after reviewing: April 26, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Современные инструменты машинного перевода, основанные на нейронных сетях, показывают впечатляющие результаты, особенно в сравнении с решениями, основанными на более ранних архитектурах. Внедрение нейронных сетей в перевод стало важным шагом в развитии машинного перевода в целом, поскольку стало фундаментальной сменой технической парадигмы машинного перевода и позволило ему работать с контекстами, с длинными текстами, эффективно переводить в парах с малоресурсными языками и так далее. Как отмечают исследователи из Google, внедрение механизмов нейронного машинного перевода в 2016 году позволило им получить результаты точности перевода, превосходящие все существующие на тот момент инструменты, в том числе и собственные решения компании, основанные на других архитектурах [1]. Точность и беглость перевода, достигаемая нейронными решениями, и правда невероятна.

Однако нейронный машинный перевод не является идеальным. Рассмотрим, например, проблему многозначности или полисемии. В классическом языкознании полисемия определяется как «совпадение означающих у означаемых, которые так или иначе связаны друг с другом» [2]. Мотивация же такой связи понятна человеку как носителю того или иного языка, однако абсолютно непонятна машине, даже обученной на огромном количестве языковых данных. Информация о связи между теми или иными понятиями, концепциями, предметами и явлениями понятна нейронным моделям неявно, через тензоры матрицы весов или скрытые состояния слоев внимания. Многие исследователи отмечают, что «несмотря на то, что большие языковые модели отлично справляются с многими задачами обработки естественного языка, разрешение многозначности все еще остается для них очень сложной задачей» [3] (перевод наш), или что «большие языковые модели с минимальным дообучение показывают хорошие результаты в разрешении многозначности, однако не могут сравняться с лучшими существующими сейчас решениями» [4] (перевод наш).

Такая задача сегодня коротко именуется WSD (word-sense disambiguation, разрешение многозначности) и является одной из основных задача NLP (natural language processing, обработка естественного языка). Данная задача не является новой и была сформулирована еще в 50-ых годах прошлого столетия Уорреном Уивером, основоположником машинного перевода.

Материалы и методы исследований

Объектом исследования выступают системы нейронного машинного перевода и большие языковые модели.

Предметом исследования выступают методы разрешения полисемии при переводе текстов. Данная работа анализирует актуальную литературу, посвященную описанной проблематике, далее авторы выделяют на основе множества актуальных публикаций три основных направления, сформировавшихся в области разрешения полисемии в нейронном машинном переводе и краткий анализ работ-примеров.

Методология исследования заключается в сравнительном анализе трех наиболее актуальных подходов к задаче WSD, описанных в современной научной литературе:

1. Дескриптивное моделирование языка для обогащения обучающих данных.
2. Контрастивное обучение с учетом смысловых меток.
3. Семантический промптинг на основе ряда смыслов или предположения о наиболее подходящем смысле.

Производительность моделей, используемых в исследованиях, оценивалась с помощью ряда различных метрик:

1. 1-NN WSD - оценка качества эмбеддингов путем поиска наиболее близкого векторного представления среди возможных смыслов из WordNet.
2. F1-score - метрика, основанная на точности и полноте присвоения значений и направленная на исключение ложно положительных результатов.
3. Chrf++ - метрика, оценивающая близость символьных n-грамм эталонного и полученного предложения, особенна полезна для исследования омографов.

Исследования проводятся с использованием ряда различных корпусов текстов, таких как WordNet, SemCor, SensEval-2/3 и прочие.

Современные подходы к разрешению WSD. В данном разделе мы рассматриваем актуальные исследования, посвященные разрешению проблемы WSD. Для удобства рассмотрения мы выделили три направления исследований.

Методы, основанные на модификации баз данных и процесса обучения. Данная группа подходов затрагивает только обучающие данные, никак не модифицируя архитектуру нейронной сети или пайплайн инференса.

Примером данного подхода служит работа исследователей Римского университета Ла Сапиенца. Авторы предложили методологию автоматической аннотации обучающих данных, основанный на подходе MLM (masked language modelling, маскированное моделирования языка). Оригинальный подход заключается в опускании в исходном предложении одного слова с заменой его символом MASK, обозначающим пропуск. Модели предлагается угадать пропущенное слово с учетом контекстуальной подсказки, например, “I went to the MASK (sunny seashore)”, соответственно, правильным вариантом подстановки в данном случае является слово beach. Авторы модифицируют данный подод, заменяя пропуск слова семантическим описанием. Для генерации таких описаний авторы используют специализированную модель ESCHER [5] и корпус предложений WikiText-103, а также семантические корпуса WordNet, Oxford Dictionary of English и Wiktionary, из которых извлекают возможные наборы смыслов для лексем. Итогом является корпус из 3,8 миллиона предложений, содержащий 381 тыс. уникальных контекстуальных значений для встретившихся в корпусе многозначных лексем [6, 7]. Обучение модели BERT на полученном корпусе позволяет достичь среднего прироста точности WSD около 3% в различных бенчмарках.

Методы, основанные на модификации архитектур. Данные методы не изменяют обучающую выборку, однако изменяют внутреннее устройство модели, например, в части репрезентации данных во внутренних слоях модели.

Примером такого подхода может служить исследование, направленное на различение омографов. Омографы (графические омонимы, слова, совпадающие по написанию, но отличные по звучанию, часто в силу различного ударения) [8] представляют определенную сложность в рамках задачи WSD, поскольку смысл слова в контексте зависит от того, как слово произносится, однако информация об этом в текстовой репрезентации просто отсутствует, соответственно, модели требуется присвоить слову значение, исходя только из контекста.

В рамках описываемого нами исследования используется энкодер, специально дообученный для различения омографов. Энкодер обучается на парах предложений из текстового корпуса, формируя векторные представления данных предложений. Исследователи опираются на утверждение о том, что семантические различия между двумя входящими предложениями фиксируются как ряд токенов в скрыты слоях нейронной сети. Задача модели заключается в фиксации семантических различий подобным образом без привязки к омографам. Далее энкодер дообучается уже на предложениях, извлеченных из параллельных текстовых корпусов, например, WMT, и содержащих омографы. В результате обучения модель становится “устойчивой” к омографам и точнее обращается с ними в процессе перевода. Средний прирост в бенчмарке BLEU составляет около 1,3 балла [9].

Методы, основанные на промптинге. Данная группа методов никак не затрагивает процесс обучения или архитектуру модели, и предлагает использовать промпты - языковые высказывания, указывающие модели на способы исправить сгенерированный ответ.

Для иллюстрации данного методы мы обратимся к работе, предлагающей использовать в качестве промптов смыслы многозначных слов. Для извлечения значений, а также в качестве бенчмарка, авторы используют датасеты FEWS и SemCor 3.0. Подход заключается в использовании промпт-инженерии и CoT (chain-of-thought, мыслительная цепочка). Промпты такого формата предлагают модели озвучивать “мыслительный процесс” до того, как сгенерировать конечный ответ, что положительно сказывается на точности во многих задачах.

Общая методология заключается в том, чтобы в каждый промпт на выбор значения многозначного слова включать в качестве подсказки синонимы этого слова. Затем модели предлагается провести бинарную классификацию значений, то есть выбирать из возможных известных значений пары, сравнивая их релевантность с синонимами и контекстом и перебирая таким образом значения до определения верного значения лексемы. Либо, в рамках второй стратегии, модель предлагает значение и верифицирует его правильность через отдельный промпт, в случае неудачи повторяя эту процедуру. Потребность в разработке двух стратегий была вызвана тем, что “предыдущие исследования показали, что словам с высокой степенью полисемичности часто удается присвоить правильное значение только после анализа всех соответствующих им возможных смыслов” [10] (перевод наш).

Обе стратегии подразумевают, что модель тем или иным способом ознакамливается с возможными значениями полисемичной лексемы, в процессе “размышления” выбирая наиболее вероятное. Описанный под-

ход оказался жизнеспособным, что подтверждается статистическими данными исследования и установлением мирового рекорда по точности разрешения многозначности на датасете FEWS.

Результаты и обсуждения

Объединяя воедино информацию по описанным исследованиям, мы можем составить следующую таблицу.

Таблица 1

Эталонные работы описанных подходов и прирост точности в F1-score.

Table 1

Benchmark results for the described approaches and F1-score accuracy gains.

Метод	Метрика	Эталон	Значение в работе	Прирост
Модификация обучающих данных	F1-score	74	75,9	1,9
Изменение архитектур	F1-score	79,4	81,1	1,7
Семантический промптинг	F1-score	83,8	90,2	9,1

Анализируя полученные данные, мы можем заключить, что наиболее актуальным и эффективным методом разрешения WSD сегодня является семантический промптинг. Данный факт подтверждается также и последними публикациями в области NMT, NLP и WSD - статей и исследований, посвященных решению проблемы многозначности посредством разметки корпусов, с каждым годом публикуется все меньше. Чуть больше информации появляется по методам, фокусирующимся на модификации архитектур. Однако самым популярным сегодня методом является семантический промптинг. Для описанного явления мы видим следующие причины: 1) эффективность данного методы, что подтверждается обзором литературы, в сравнении с остальными является наибольшей и позволяет получать значимый прирост в задачах WSD и родственных задачах, например, WiC (word in context, значение в контексте, задача бинарной классификации); 2) данный подход является наименее трудоемким, поскольку может использовать в качестве материала для промптов уже готовые датасеты и не требует глубоких знаний кода и архитектур нейронных систем.

Выводы

Несмотря на отличные показатели метрик и установление новых эталонных результатов, мы можем констатировать, что текущие подходы к разрешению многозначности содержат фундаментальный изъян. Подход, называемый семантическим промптингом и являющийся сегодня наиболее эффективным и актуальным, основан на предоставлении модели псевдосемантической информации, такой как синонимы, контекстные подсказки и прочее. Модель, используя эту информацию, продолжает функционировать как сложный статистический калькулятор, не имеющий представления о структуре значений и их взаимосвязей. Авторы исследования считают, что наиболее перспективным направлением для разрешения задачи WSD является совмещение семантического промптинга с существующими семантическими теориями.

Список источников

1. Baziotis C., Mathur P., Hasler E. Automatic evaluation and analysis of idioms in neural machine translation [Электронный ресурс]. 2022. URL: https://arxiv.org/abs/2210.04545.
2. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика: учебное пособие. М.: УРСС, 2004.
3. Sumanathilaka D., Micallef N., Hough J. An exploration-analysis-disambiguation reasoning framework for word sense disambiguation with low-parameter LLMs [Электронный ресурс]. 2026. URL: https://arxiv.org/abs/2603.05400.
4. Basile P. [et al.]. Exploring the word sense disambiguation capabilities of large language models [Электронный ресурс]. 2025. URL: https://arxiv.org/abs/2503.08662.
5. Campolungo N. [et al.]. DiBiMT: A novel benchmark for measuring word sense disambiguation biases in machine translation // Proceedings of the 60th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. 2022. Vol. 1: Long Papers. P. 4331 – 4352.
6. Barba E., Pasini T., Navigli R. ESC: Redesigning WSD with extractive sense comprehension // Proceedings of the 2021 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies. 2021.

7. Barba E., Campolungo N., Navigli R. DMLM: Descriptive masked language modeling // Findings of the Association for Computational Linguistics: ACL 2023. 2023.
8. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Рипол Классик. 2013.
9. Wang W., Peng W., Liu Q. Learning homographic disambiguation representation for neural machine translation [Электронный ресурс]. 2023. URL: https://arxiv.org/abs/2304.05860.
10. Sumanathilaka D., Micallef N., Hough J. Glossgpt: Gpt for word sense disambiguation using few-shot chain-of-thought prompting // Procedia Computer Science. 2025. Vol. 257. P. 785 – 792.

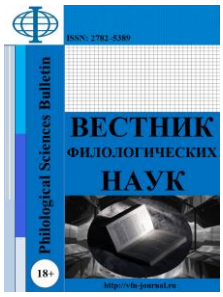
References

1. Baziotis C., Mathur P., Hasler E. Automatic evaluation and analysis of idioms in neural machine translation [Electronic resource]. 2022. URL: https://arxiv.org/abs/2210.04545.
2. Kobozeva IM Linguistic semantics: textbook. M.: USSR, 2004.
3. Sumanathilaka D., Micallef N., Hough J. An exploration-analysis-disambiguation reasoning framework for word sense disambiguation with low-parameter LLMs [Electronic resource]. 2026. URL: https://arxiv.org/abs/2603.05400.
4. Basile P. [et al.]. Exploring the word sense disambiguation capabilities of large language models [Electronic resource]. 2025. URL: https://arxiv.org/abs/2503.08662.
5. Campus N. [et al.]. DiBiMT: A novel benchmark for measuring word sense disambiguation biases in machine translation. Proceedings of the 60th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. 2022. Vol. 1: In Papers. P. 4331 – 4352.
6. Barba E., Pasini T., Navigli R. ESC: Redesigning WSD with extractive sense comprehension. Proceedings of the 2021 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies. 2021.
7. Barba E., Campolungo N., Navigli R. DMLM: Descriptive masked language modeling. Findings of the Association for Computational Linguistics: ACL 2023. 2023.
8. Akhmanova OS. Dictionary of linguistic terms. M.: Ripoll Classic. 2013.
9. Wang W., Peng W., Liu Q. Learning homographic disambiguation representation for neural machine translation [Electronic resource]. 2023. URL: https://arxiv.org/abs/2304.05860.
10. Sumanathilaka D., Micallef N., Hough J. Glossgpt: Gpt for word sense disambiguation using few-shot chain-of-thought prompting. Procedia Computer Science. 2025. Vol. 257. P. 785 – 792.

Информация об авторах

Коев С.Ю., *ФГБОУ ВО МГЛУ (Московский государственный лингвистический университет), sergej_koev@mail.ru*

© Коев С.Ю., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 821.161.1
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-42-50

[1] Фан Цюань, [1] Ли Цзэмин, ***[1] Синьцзянский педагогический университет***

Актуальные направления и тенденции исследований литературы этнических меньшинств из Синьцзяна (Китай) в Японии: библиометрический анализ на основе CiteSpace

Аннотация: *литература этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, является неотъемлемой частью китайской литературы. В контексте качественного изложения истории Китая и эффективного распространения его голоса, изучение исследовательских центров и тенденций в литературе этнических меньшинств Синьцзяна в Японии имеет большое значение для зарубежного распространения китайской литературы и формирования культурного образа Китая за рубежом. В данном исследовании, с использованием программного обеспечения для визуализации и библиометрического анализа CiteSpace, были отобраны 49 журнальных статей из базы данных Национального института информационных исследований CINII в Японии, имеющих высокую релевантность литературе этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, за период с 1980 по 2024 год. Был создан граф знаний для систематического отслеживания развития, распределения центров и эволюционных тенденций литературы этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, в Японии, а также для изучения потенциала будущего развития в этой области, что обеспечивает теоретическую основу для межкультурных академических исследований в Китае и Японии.*

Ключевые слова: *Синьцзян, Китай, литература этнических меньшинств, исследования в Японии, CiteSpace, библиометрический анализ*

Для цитирования: Фан Цюань, Ли Цзэмин. Актуальные направления и тенденции исследований литературы этнических меньшинств из Синьцзяна (Китай) в Японии: библиометрический анализ на основе CiteSpace // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 42 – 50. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-42-50

Поступила в редакцию: 14 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 26 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Fang Quan, [1] Li Zemin ***[1] Xinjiang Normal University***

Current directions and trends of research on ethnic minority literature from Xinjiang, China in Japan: a bibliometric analysis based on CiteSpace

Abstract: *ethnic minority literature from Xinjiang, China, is an integral part of Chinese literature. In the context of qualitatively presenting Chinese history and effectively disseminating its voice, studying research centers and trends in Xinjiang ethnic minority literature in Japan is of great importance for the international dissemination of Chinese literature and the formation of a cultural image of China abroad. In this study, using CiteSpace, a visualization and bibliometric analysis software, we selected 49 journal articles from the CINII database of Japan's National Institute of Information Research that were highly relevant to the literature of ethnic minorities in Xinjiang, China, from 1980 to 2024. A knowledge graph was constructed to systematically track the development, distribution of centers, and evolutionary trends of the literature of ethnic minorities in Xinjiang, China, in Japan and*

explore the potential for future development in this field, providing a theoretical basis for cross-cultural academic research in China and Japan.

Keywords: *Xinjiang, China, ethnic minority literature, studies in Japan, CiteSpace, bibliometric analysis*

For citation: Fang Quan, Li Zemin. Current directions and trends of research on ethnic minority literature from Xinjiang, China in Japan: a bibliometric analysis based on CiteSpace. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 42 – 50. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-42-50

The article was submitted: April 14, 2026; Approved after reviewing: April 26, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

«Литература национальных меньшинств является важной составляющей многообразной культуры китайской нации, несущей в себе историческую память, философские идеи, религиозные убеждения, литературное искусство и экологическую мудрость различных этнических групп». 27 сентября 2024 года на Национальной конференции по поощрению этнического единства и прогресса председатель Си Цзиньпин в своей важной речи заявил, что «великолепная китайская культура была создана совместно всеми этническими группами. Чтобы создать новый блеск в социалистической культуре, мы должны постоянно укреплять нашу связь с китайской культурой и непрерывно наращивать взаимное обучение и интеграцию культур всех этнических групп». В контексте национальной политики «этнического единства» и с углублением взаимодействия и интеграции культур различных этнических групп их литературные произведения привлекают все больше внимания. В частности, перевод и распространение литературы из районов проживания этнических меньшинств в Китае за рубежом стали ключевым направлением деятельности соответствующих ведомств в различных регионах. Таким образом, изучение исследовательских направлений и тенденций в литературе национальных меньшинств Синьцзяна в Японии имеет большое значение для распространения китайской литературы за рубежом и формирования культурного имиджа Китая за рубежом. В настоящее время некоторые японские ученые проводят углубленные исследования литературы национальных меньшинств Синьцзяна. В данном исследовании были отобраны соответствующие журнальные статьи из Национального института информационных наук (CINII) Японии, из которых было отобрано 49 высококачественных работ, опубликованных в период с 1980 по 2024 год. С помощью программного обеспечения CiteSpace был создан граф знаний для анализа текущего состояния исследований литературы национальных меньшинств Синьцзяна в Японии, что послужит теоретической основой для межкультурных академических исследований между китайскими и японскими учеными.

Материалы и методы исследований

В данном исследовании в качестве исследовательского инструмента используется программное обеспечение CiteSpace для построения научных графов знаний. Разработанное профессором Чаомей Чен из Университета Дрекселя на языке Java, это программное обеспечение может преобразовывать литературные данные в интуитивно понятные графы знаний с помощью таких алгоритмов, как анализ совместной встречаемости и кластерный анализ, динамически выявляя исследовательские направления и эволюционные тенденции. Данные были получены из базы данных Национального института информационных наук CINII в Японии. Путем поиска, по ключевым словам, таким как «Синьцзян, Китай», «культура Шелкового пути» и «уйгуры», было найдено более 6000 исследовательских работ, связанных с Синьцзяном, более 4000 – с культурой Шелкового пути и более 3500 – с уйгурским народом. По меньшей мере сто работ имели прямые заголовки «литература Синьцзяна» или «уйгурская литература». После тщательного отбора 49 наиболее релевантных и высококачественных работ, опубликованных и доступных в период с 1980 по 2024 год, были отобраны в качестве объектов исследования для дальнейшего изучения.

Результаты и обсуждения

В данной работе с помощью программного обеспечения для визуализации CiteSpace были получены годовая шкала, таблица с информацией об авторах, карта совместной встречаемости и кластеризации ключевых слов, а также карта временных поясов ключевых слов для 49 произведений китайской литературы национальных меньшинств Синьцзяна, изученных в Японии в период с 1980 по 2024 год. Анализ и обсуждение, представленные ниже, основаны на этих картах [1].

1. Ежегодное количество опубликованных статей

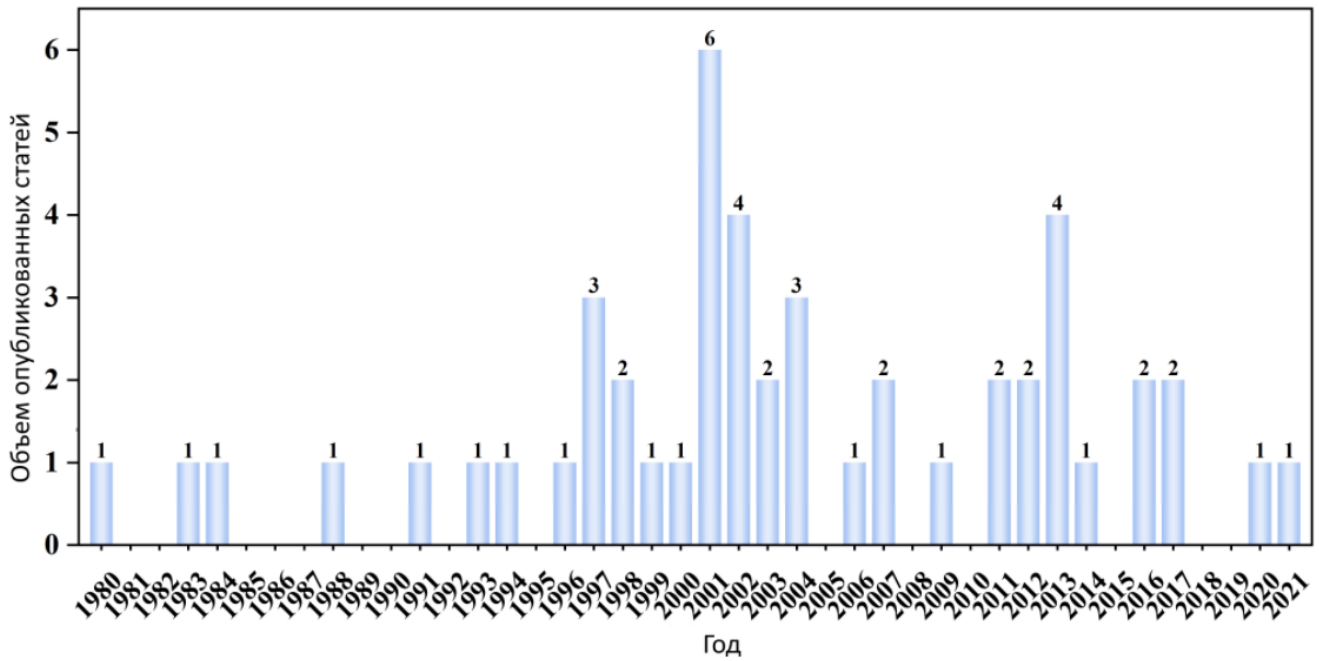


Рис. 1. Годовой объем публикаций.
Fig. 1. Annual volume of publications.

На основе анализа данных из базы данных Национального института информационных исследований CINII в Японии с использованием программного обеспечения CiteSpace, на рисунке 1 показано количество научных работ, опубликованных в Японии по литературным произведениям этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, с 1980 по 2024 год. Видно, что количество научных работ, опубликованных в Японии по литературным произведениям этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, претерпело процесс устойчивого развития, медленного роста, быстрого роста, а затем медленного снижения, демонстрируя в целом восходящую тенденцию с пиком в 6 работ, опубликованных в 2001 году. На основе этого данное исследование разделяет публикации на четыре периода.

Первый период пришелся на 1980-1990 годы, когда японские ученые находились на начальном этапе изучения и понимания литературного наследия этнических меньшинств Синьцзяна, Китай. За это время было опубликовано четыре статьи, но публикация носила нерегулярный характер: по одной статье в год – в 1980, 1983, 1984 и 1988 годах [2].

Второй период, с 1991 по 2000 год, ознаменовался публикацией 11 статей. По сравнению с первым периодом, количество опубликованных статей в это время показало медленную тенденцию к росту: в 1997 году было опубликовано 3 статьи, что стало первым пиком почти за 20 лет. В этот период исследования японских ученых, посвященные литературе этнических меньшинств Синьцзяна (Китай), вступили в стадию развития, и результаты исследований постепенно увеличивались. Это явление связано с Договором о мире и дружбе между Японией и Китаем, подписанным в 1970-х годах.

Третий период, с 2001 по 2010 год, ознаменовался публикацией 19 статей. Этот период стал пиком исследований японских ученых, посвященных литературе этнических меньшинств в Синьцзяне, Китай. В 2001 году было опубликовано шесть статей, что стало общим пиком. Исследования в этот период были концентрированными и стабильными, что свидетельствует о вступлении в зрелую стадию.

Четвертый период охватывает время с 2011 года по настоящее время. Количество опубликованных статей за этот период ниже пикового значения: всего 15 статей за 15 лет, в среднем одна статья в год. Эта тенденция указывает на то, что исследовательский энтузиазм японских ученых в отношении литературы об этнических меньшинствах в Синьцзяне, Китай, ослаб, но интерес к ней сохраняется.

2. Анализ авторского состава

На основе построения графика, отражающего распределение публикаций по авторам в области изучения литературы этнических меньшинств Синьцзяна, можно наглядно выделить ключевых исследователей, работающих в данном направлении [3]. На рисунке 2 представлена выборка публикаций, полученная из японской базы данных CINII. Согласно этим данным, исследования по указанной теме были опубликованы восемью японскими авторами. Детализированные статистические показатели приведены в таблице 1.

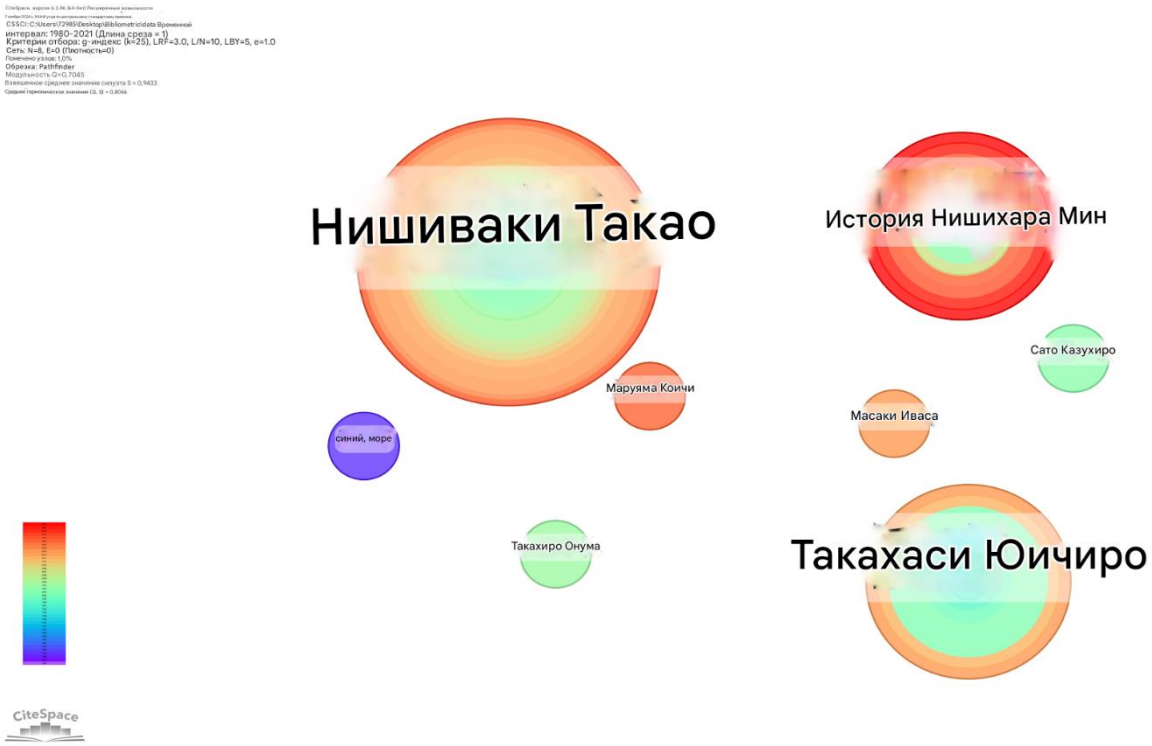


Рис. 2. Количество статей, опубликованных автором.
Fig. 2. Number of articles published by the author.

Как видно из рисунка 2, наибольшее число работ, посвящённых литературе этнических меньшинств Синьцзяна (Китай), принадлежит японскому исследователю Такао Нисиваки. По словам Кан Лэя, «профессор Такао Нисиваки является давним коллегой и признанным специалистом в области изучения литературы китайских этнических меньшинств. Его исследования отличаются широтой тематики и охватывают различные аспекты данной области» [4]. В его научных публикациях рассматриваются многочисленные направления, при этом особое внимание уделяется анализу оригинальных литературных материалов, собранных среди этнических меньшинств Юго-Западного Китая. Он активно способствует академическому обмену и сотрудничеству между китайскими и японскими литературными кругами этнических меньшинств, внося неоценимый вклад в распространение и исследование литературы китайских этнических меньшинств в Японии». За ним следуют Акира Нисихара и Йоитиро Такахаси, затем Мидори, Казуёси Сато, Такахиро Онума, Масахиро Иваса и Коити Маруяма.

Таблица 1

Данные о количестве опубликованных статей авторами.

Table 1

Data on the number of articles published by authors.

Автор	Год публикации	Количество опубликованных статей
Нишиваки Такао	1980	26
История династии Нисихара-Мин	1994	9
Такахаси Юичиро	1997	9
Синий, Море	1983	1
Сато Казухиро	2002	1
Такахиро Онума	2003	1
Масаки Иваса	2013	1
Маруяма Коичи	2016	1

Как показано в таблице 1, японский писатель Такао Нисиваки начал исследовать литературу этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, еще в 1980 году и опубликовал 26 научных работ в этой области, что делает его самым плодовитым автором среди восьми ученых и «может считаться пионером в изучении литературы

японских этнических меньшинств». Как отметил Кан Лэй, «профессор Такао Нисиваки активно участвует в литературных кругах китайских и японских этнических меньшинств с 1970-х годов, неоднократно изучая, посещая, обсуждая и обмениваясь академическими идеями в китайских университетах, проводя углубленные исследования в районах проживания этнических меньшинств Китая, обладая глубоким пониманием и уважением к китайской культуре, а также значительными знаниями китайских этнических традиций и социальных обычаев». Это демонстрирует чрезвычайно высокий уровень внимания Нисиваки к литературе этнических меньшинств в Китае [5]. Далее следуют Акира Нисихара и Йоитиро Такахаси, которые начали публиковаться в 1994 и 1997 годах соответственно. Как видно, эти два учёных начали исследование литературы этнических меньшинств в Синьцзяне, Китай, примерно в одно и то же время и опубликовали по девять работ каждый. Аои, Казуёси Сато, Такахиро Онума, Масахиро Иваса и Коичи Маруяма опубликовали по одной работе по этой теме. Среди них писатель Би Хай завершил свою работу в 1983 году, став самым ранним из шести авторов, опубликовавших исследования по этой теме; Сато Казуёси, Онума Такахиро, Иваса Масаки и Маруяма Коичи опубликовали по одной работе, начиная с 2002 года [6].

3. Направления исследований

Ключевые слова, как правило, отражают актуальные направления исследований в конкретной области. В данном исследовании для анализа совместной встречаемости и кластеризации ключевых слов в соответствующей литературе по изучению литературы этнических меньшинств из Синьцзяна, Китай, в Японии использовалось программное обеспечение CiteSpace, как показано на рисунке 3.

а) Совместная встречаемость и кластеризация ключевых слов

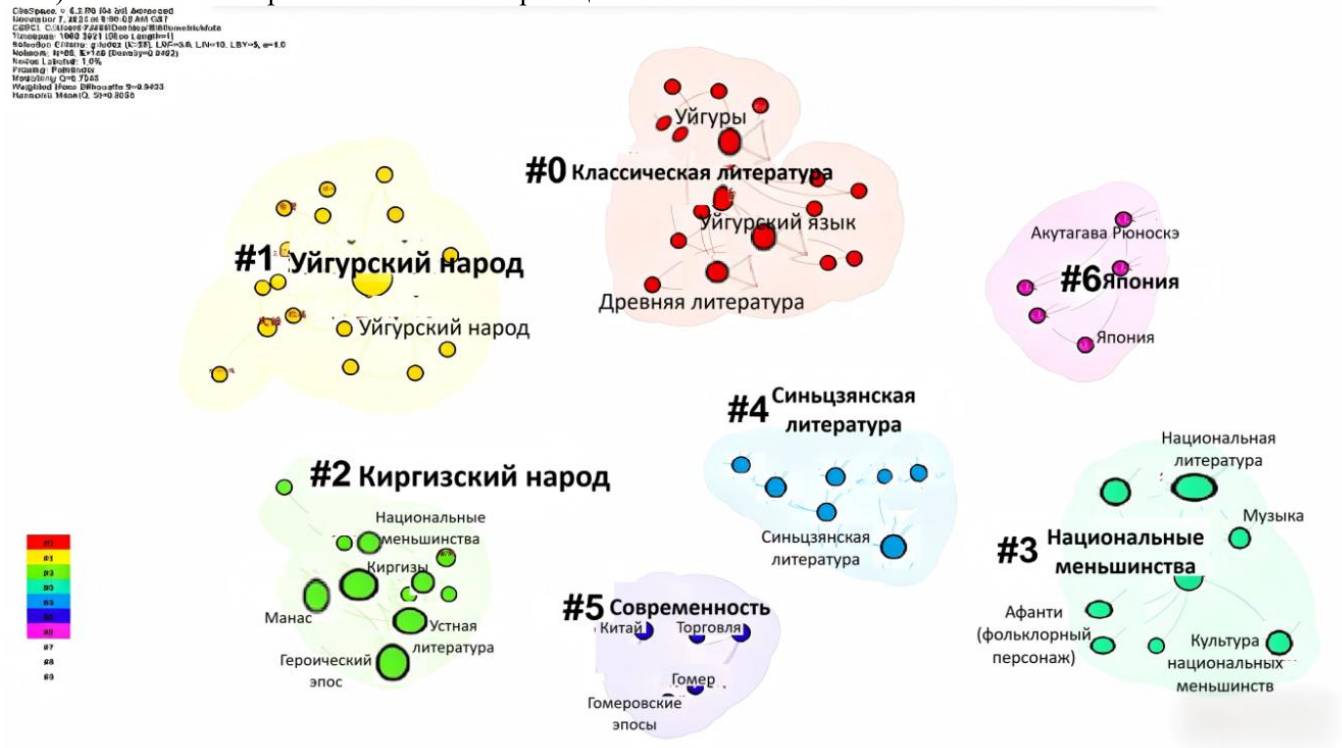


Рис. 3. Совместная встречаемость и кластеризация ключевых слов в исследованиях литературы этнических меньшинств из Синьцзяна, Китай, в Японии.

Fig. 3. Co-occurrence and clustering of keywords in studies of ethnic minority literature from Xinjiang, China, in Japan.

Чем больше узел ключевого слова и размер шрифта, тем выше частота слова; чем плотнее связь между узлами, тем сильнее совместное появление. Как показано на рисунке 3, исследовательские центры литературы национальных меньшинств Синьцзяна в Японии с 1980 по 2024 год включают семь кластеров: классическая литература, уйгурская литература, киргизская литература, литература национальных меньшинств, синьцзянская литература, современная литература и японская литература [7]. Среди них кластеры классической литературы, уйгурской литературы и киргизов имеют самую высокую плотность ключевых слов, что указывает на то, что эти три кластера получали непрерывное и широкое внимание со стороны японских ученых в течение последних сорока лет. Кластер классической литературы включает уйгурскую литерату-

ру, легенды и переводы; кластер уйгурской литературы включает хами, рассказы и народные сказки; а кластер киргизов включает литературу национальных меньшинств, манасскую литературу, традиционную литературу и героические повествования. Анализ связей между выделенными кластерами показывает, что кластер, связанный с этническими меньшинствами, наиболее тесно соотносится с кластерами уйгурской и киргизской тематики. Это позволяет рассматривать его как одно из ключевых направлений при изучении культурного разнообразия и взаимодействия в Синьцзяне (Китай). В свою очередь, кластер классической литературы демонстрирует устойчивую связь с кластером синьцзянской литературы, что указывает на их значимость для анализа конкретных литературных произведений. При этом кластеры, связанные с современной и японской литературой, представлены менее выраженно, а связи между соответствующими ключевыми словами носят более ограниченный характер [8].

б) Ключевые слова во временном разрезе

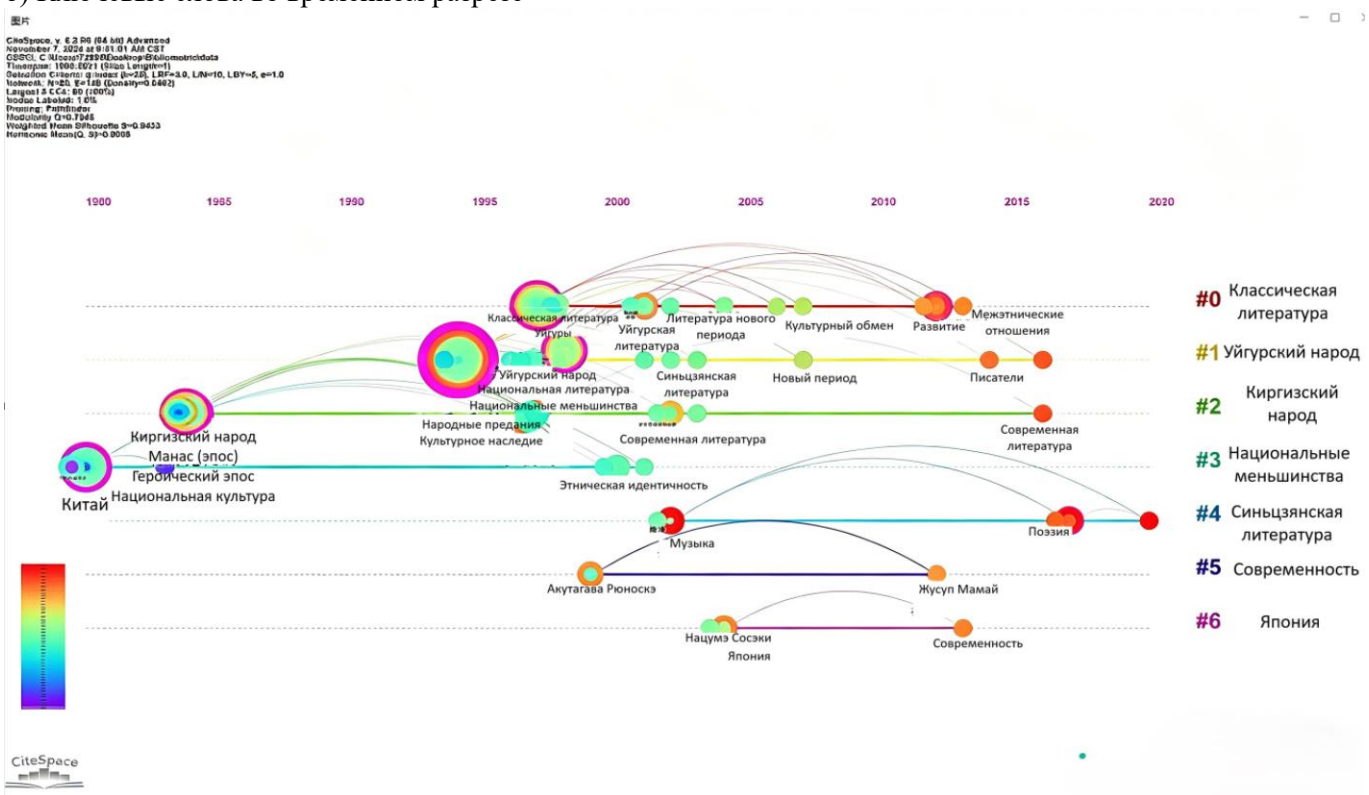


Рис. 4. Ключевые слова и их распределение по временным этапам в исследованиях литературы этнических меньшинств Синьцзяна в Японии.

Fig. 4. Key words and their distribution by time stages in studies of Xinjiang ethnic minority literature in Japan.

Сопоставление ключевых слов с временными этапами позволяет проследить изменения исследовательских направлений в динамике. Более крупные узлы отражают более продолжительный период использования ключевого слова, тогда как более плотные линии между ними свидетельствуют о более частом совместном употреблении [9]. Как показано на рисунке 4, исследования японских ученых в области литературы этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, начались в 1980 году. В то время основными областями исследований были Китай, киргизский народ, культура Манаса, героические повествования и Афанти (основатель конфуцианства). Однако с 1985 по 1990 год японские ученые проводили относительно мало исследований в этой области, что привело к так называемому «пятилетнему перерыву». Исследования возобновились примерно в 1993 году, и в центре внимания оказался уйгурский народ, и этот период длился значительное время. С 1995 года исследования японских ученых в этой области углубились, одновременно сместив акцент на перевод, классическую литературу и этнические меньшинства, что ознаменовало период развития смежных исследований. С 2000 года количество ключевых слов, связанных с литературой этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, значительно увеличилось, что свидетельствует о расширении сферы исследований. Как показано на рисунке 4, к основным областям относятся легенды и религиозная поэзия [10]. Это говорит о том, что исследования японских ученых в этой области вступили в период взрывного роста, в фазу высокоскоростного развития. С 2010 года количество исследовательских областей сократи-

лось по сравнению с предыдущим десятилетием, но появились новые области, тесно связанные с Синьцзяном, такие как современная и новейшая уйгурская литература. В то же время увеличилось количество исследований литературы Синьцзяна, включая «Манас» и «Шелковый путь», что открывает новые направления исследований.

Выводы

Провели обширные исследования литературы этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, охватывающие устные традиции, этнические эпосы и этническое искусство, что привело к многочисленным достижениям. В области устных традиций выдающийся вклад внес Такао Нисиваки: его исследование 1997 года, посвященное уйгурской героической истории «Цин Тумир»; исследование Кадзуёси Сато 2002 года, посвященное легенде об «Искандире»; а в 2014 году Нисиваки составил каталог уйгурских народных сказок. Впоследствии он опубликовал множество статей и перевел народные песни (например, «Перевод уйгурских народных песен» в 2001 году и «Избранные переведенные уйгурские народные песни из региона Или» в 2004 году), демонстрируя всесторонний и систематический подход к исследованиям. В области этнических эпосов к числу значительных достижений относятся перевод и исследование Такао Нисиваки киргизской эпической поэмы «Манас» (первый том был переведен в 2011 году, а обзор исследований в Японии опубликован в 2014 году); почти 20-летнее исследование Акиры Нисихары о синьцзянском поэте «Мохуне» (опубликовано в 2020 и 2021 годах); и исследование Масахиро Ивасы 2013 года о «Сянфэй Мэн Хуэй» Чжан Шицзяня. Эта область может похвастаться богатым объемом исследований и еще имеет потенциал для развития. В области этнического искусства основное внимание уделяется исследованию Йоитиро Такахаси уйгурской музыки. Он преуспевает в сочетании исторических документов и археологических данных для реконструкции древней музыки и изучения истоков мукама и музыки и танца Западной династии Тан.

Тем временем, ведущие ученые разработали комплексные исследовательские системы. Японский ученый Такао Нисиваки создал относительно полную систему для своих исследований литературы этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, охватывающую народные сказки, баллады, легенды и классическую литературу. С момента публикации своей работы «Введение в изучение литературы китайских этнических меньшинств» в 1980 году он продолжал свои исследования почти 40 лет: в 1988 году он изучал повествовательную поэзию этнических меньшинств Северо-Запада, а в 1998 году всесторонне рассмотрел литературу китайских этнических меньшинств. Его исследования кыргызского народа охватывают 30 лет, а уйгурского – 20 лет. Его исследования кыргызского народа сосредоточены на эпосе «Манас», первоначальное обсуждение которого состоялось в 1984 году, углубленные исследования проводились трижды в период с 1991 по 1994 год, а в 1999-2000 годах особое внимание уделялось рассказчику. Хотя в период с 2001 по 2010 год прямых публикаций не было, переводы и рецензии были опубликованы в 2011 и 2013 годах, что свидетельствует о непрерывности его исследований. Уйгурские исследования сосредоточены на героической истории «Цин Тумир», первоначальное изучение которой началось в 1997 году, структура исследования была разработана в 2001 году, а «История попугая» была переведена поэтапно с 2002 по 2003 год. К ней вернулись в 2012 году. Кроме того, исследования включают перевод народных песен, перевод имен деятелей культуры, классических литературных форм и изучение различных народных сказок, популяризированных антивоенным поэтом Ли Мутали.

В данной статье утверждается, что изучение литературы китайских национальных меньшинств Синьцзяна в Японии по-прежнему имеет следующие недостатки:

Во-первых, сфера исследований ограничена. Хотя в Японии существует относительно хорошо развитая система исследований литературы этнических меньшинств Синьцзяна, Китай, в плане охвата исследований всё ещё есть много недостатков. В настоящее время исследования японской академической среды, посвящённые литературе этнических меньшинств Синьцзяна, в основном сосредоточены на устной литературе и этнических эпосах, при этом исследования этнического искусства проводятся относительно редко. Исследования этнического искусства ограничиваются музыкой уйгурского народа Синьцзяна, не охватывая танцы, ремесла, ткачество и другие виды искусства. С этнической точки зрения, японская академическая среда проводила только концентрированные и всесторонние исследования уйгурского и киргизов, и существует лишь одно исследование, посвящённое таджикам. Можно отметить, что область исследований остаётся достаточно ограниченной.

Во-вторых, используемые исследовательские подходы и теоретические рамки пока не отличаются разнообразием. Существующие работы в значительной степени сосредоточены на переводе, сопоставительном анализе и описании содержания произведений, тогда как межкультурная интерпретация и теоретическое осмысление представлены в меньшей степени. С теоретической точки зрения можно выделить несколько

проблем. Во-первых, преобладает ориентация на «внутренний анализ» текстов при недостаточном внимании к межкультурному диалогу, в результате чего редко рассматривается роль исследовательской позиции японских учёных в интерпретации и переосмыслении произведений, в том числе с позиций эстетики восприятия или ориенталистской критики. Во-вторых, акцент часто делается на описании фактического материала, тогда как обобщающие теоретические выводы формулируются недостаточно последовательно; многие исследования не выходят на уровень концептуальных обобщений и не ставят более широких исследовательских вопросов, в частности о причинах устойчивого интереса к данной теме в Японии. В-третьих, преобладает односторонний характер перевода и интерпретации, при этом сравнительный анализ и систематический диалог между японскими и китайскими исследованиями развиты в недостаточной степени.

С учётом обозначенных проблем можно предположить, что дальнейшее изучение литературы этнических меньшинств Синьцзяна в Японии может развиваться по нескольким направлениям.

Прежде всего, представляется необходимым расширение предметной области исследований. Анализ существующих работ показывает, что перспективным направлением может стать более активное включение в исследовательское поле этнического искусства в его связи с литературой. Кроме того, на этническом уровне целесообразно привлекать материалы, относящиеся не только к уйгурской и киргизской традициям, но и к другим этническим группам Синьцзяна, что позволит более полно отразить культурное разнообразие региона.

Не менее важным является расширение теоретических подходов. Переход от накопления эмпирического материала к его более глубокому теоретическому осмыслению может стать ключевым направлением дальнейших исследований. В частности, перспективным представляется обращение к эстетике восприятия и межкультурной герменевтике для анализа того, каким образом исследовательская позиция японских учёных влияет на интерпретацию литературных текстов. Кроме того, использование постколониальной теории и теории идентичности может способствовать более критическому осмыслению особенностей восприятия литературы этнических меньшинств в межкультурном контексте. Наконец, важным направлением остаётся развитие сравнительных исследований и укрепление диалога между китайской и японской научными традициями.

Проведённый анализ исследовательских направлений и их эволюции в изучении литературы этнических меньшинств Синьцзяна в Японии за период с 1980 по 2024 год позволяет сделать вывод о поступательном и в целом устойчивом развитии данной области. За последние десятилетия японская академическая среда достигла заметных результатов, сформировав значительный корпус исследований и повысив своё влияние в данной сфере. В настоящее время можно говорить о переходе исследований на относительно стабильный и зрелый этап развития. Вместе с тем сохраняются определённые ограничения, требующие дальнейшего внимания. В перспективе представляется важным продолжить расширение исследовательской проблематики, совершенствовать методы анализа, а также укреплять междисциплинарное сотрудничество и межкультурный академический диалог, что будет способствовать более глубокому изучению и распространению литературы этнических меньшинств.

Список источников

1. Ян Янь, Чжао Цимэй. Обзор отечественных исследований английского перевода литературы этнических меньшинств – на основе библиометрического анализа и визуализации CiteSpace // Журнал Куньминского университета науки и технологий (издание по социальным наукам). 2025. Том 25. № 4. С. 164 – 174.
2. Кан Лэй. Нисиваки Такао и изучение литературы китайских этнических меньшинств в Японии // Журнал Университета Байсе. 2019. Том 32. № 1. С. 95 – 100.
3. Ма Лицзюань, Нисиваки Такао. Японские исследования литературы китайских национальных меньшинств и японский перевод «Манаса» – интервью с профессором Нисиваки Такао // Журнал Чжэцзянского международного университета иностранных языков. 2020. № 1. С. 109 – 112.
4. Кан Лэй. Нисиваки Такао и изучение литературы китайских этнических меньшинств в Японии // Журнал Университета Байсе. 2019. Том 32. № 1. С. 95 – 100.
5. Ян Янь, Чжао Цимэй. Обзор отечественных исследований английского перевода литературы этнических меньшинств – на основе библиометрического анализа и визуализации CiteSpace // Журнал Куньминского университета науки и технологий (издание по социальным наукам). 2025. Том 25. № 4. С. 164 – 174.
6. Ли Хун, Ван Цзин. Визуальный анализ исследований литературы этнических меньшинств Китая на основе CiteSpace // Журнал Центрального университета национальностей (гуманитарные науки). 2023. Том 50. № 2. С. 112 – 120.

7. Чжан Мин, Лю Сяоюй. Тенденции исследований уйгурской литературы в Китае и за рубежом – библиометрический анализ на основе CiteSpace // Журнал Синьцзянского университета (философия и социальные науки). 2022. Том 45. № 3. С. 85 – 94.
8. Такахаси Кэн, Сато Юки. Японские исследования литературы народов Синьцзяна в XXI веке: направления и перспективы // Журнал исследований Восточной Азии. 2024. Том 18. № 1. С. 55 – 68.
9. Хуан Лэй, Чэнь Юй. Исследование перевода литературы китайских этнических меньшинств в Японии: библиометрический подход // Журнал международных культурных исследований. 2021. Том 12. № 4. С. 73 – 81.
10. Ву Мэй, Ли Цян. Анализ научных публикаций по литературе национальных меньшинств Китая в японской академической среде // Журнал сравнительного литературоведения. 2020. Том 27. № 2. С. 98 – 107.

References

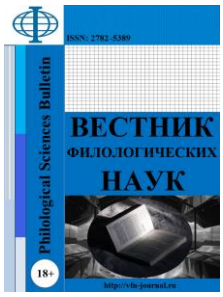
1. Yang Yan, Zhao Qimei. Review of Domestic Research on English Translation of Ethnic Minority Literature: Based on Bibliometric Analysis and CiteSpace Visualization. Journal of Kunming University of Science and Technology (Social Sciences Edition). 2025. Vol. 25. No. 4. P. 164 – 174.
2. Kang Lei. Nishiwaki Takao and the Study of Chinese Ethnic Minority Literature in Japan. Journal of Baise University. 2019. Vol. 32. No. 1. P. 95 – 100.
3. Ma Lijuan, Nishiwaki Takao. Japanese Studies of Chinese Ethnic Minority Literature and the Japanese Translation of "Manas": Interview with Professor Nishiwaki Takao. Journal of Zhejiang International Studies University. 2020. No. 1. P. 109 – 112.
4. Kang Lei. Nishiwaki Takao and the Study of Chinese Ethnic Minority Literature in Japan. Journal of Baise University. 2019. Vol. 32. No. 1. P. 95 – 100.
5. Yang Yan, Zhao Qimei. Review of Domestic Research on English Translation of Ethnic Minority Literature: Based on Bibliometric Analysis and CiteSpace Visualization. Journal of Kunming University of Science and Technology (Social Sciences Edition). 2025. Vol. 25. No. 4. P. 164 – 174.
6. Li Hong, Wang Jing. Visual Analysis of Research on Chinese Ethnic Minority Literature Based on CiteSpace. Journal of Minzu University of China (Humanities and Social Sciences). 2023. Vol. 50. No. 2. P. 112 – 120.
7. Zhang Ming, Liu Xiaoyu. Research Trends of Uyghur Literature in China and Abroad: A Bibliometric Analysis Based on CiteSpace. Journal of Xinjiang University (Philosophy and Social Sciences). 2022. Vol. 45. No. 3. P. 85 – 94.
8. Takahashi Ken, Sato Yuki. Japanese Studies on the Literature of Xinjiang Ethnic Groups in the 21st Century: Directions and Prospects. Journal of East Asian Studies. 2024. Vol. 18. No. 1. P. 55 – 68.
9. Huang Lei, Chen Yu. Study on the Translation of Chinese Ethnic Minority Literature in Japan: A Bibliometric Approach. Journal of International Cultural Studies. 2021. Vol. 12. No. 4. P. 73 – 81.
10. Wu Mei, Li Qiang. Analysis of Academic Publications on Chinese Ethnic Minority Literature in Japanese Academia. Journal of Comparative Literature. 2020. Vol. 27. No. 2. P. 98 – 107.

Информация об авторах

Фан Цюань, *Синьцзянский педагогический университет, anastasiafang@xjnu.edu.cn*

Ли Цзэмин, *Синьцзянский педагогический университет, 15037706214@163.com*

© Фан Цюань, Ли Цзэмин, 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 070.1
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-51-58

[1] Магомедов Г.А., [1] Джидалаева Г.А. ***[1] Дагестанский государственный университет***

Жанровая палитра в дагестанской политической журналистике

***Аннотация**: статья посвящена анализу жанровых особенностей политических публикаций в региональной прессе Республики Дагестан. Рассматривается понятие журналистского жанра и его различные трактовки в научной среде, а также выделяются основные жанровые формы, используемые при освещении политической тематики. На конкретных примерах из изданий «Дагестанская правда», «Новое дело» и «Черновик» исследуются такие информационные жанры, как событийная заметка, информационный отчет и интервью, для которых характерны фактографичность, нейтральность и ориентация на передачу актуальной информации.*

Особое внимание уделяется аналитическим жанрам - аналитическому отчету, комментарию, прогнозу, обозрению и аналитическому интервью, - отличающимся выраженной авторской позицией, интерпретацией событий и использованием оценочной лексики. Подчеркивается тенденция к взаимопроникновению жанров и сочетанию их элементов в рамках одного материала.

В работе также рассматриваются специальные жанры политической коммуникации (ритуальные, ориентационные и агональные), их функции и особенности использования в СМИ. Делается вывод о преобладании информационных жанров в государственных изданиях и более активном использовании аналитических форм в негосударственной прессе. Статья демонстрирует, что выбор жанра определяется задачами журналиста и способом отражения действительности - фактографическим или аналитическим.

***Ключевые слова:** газета, политика, жанр, новость, журналистика, аналитика*

Для цитирования: Магомедов Г.А., Джидалаева Г.А. Жанровая палитра в дагестанской политической журналистике // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 51 – 58. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-51-58

Поступила в редакцию: 12 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 27 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Magomedov G.A., [1] Dzhidalaeva G.A. ***[1] Dagestan State University***

Genre palette in Dagestan political journalism

***Abstract**: the article is devoted to the analysis of genre characteristics of political publications in the regional press of the Republic of Dagestan. It examines the concept of journalistic genre and its various interpretations in academic discourse, and identifies the main genre forms used in covering political topics. Using specific examples from the newspapers "Dagestanskaya Pravda," "Novoe Delo," and "Chernovik," the author analyzes such informational genres as the news brief, informational report, and interview, which are characterized by factual accuracy, neutrality, and a focus on delivering current information.*

Particular attention is paid to analytical genres–analytical report, commentary, forecast, review, and analytical interview–which are distinguished by a clearly expressed authorial position, interpretation of events, and the use of

evaluative language. The article emphasizes the tendency toward genre hybridization and the combination of different genre elements within a single publication.

The study also examines special genres of political communication (ritual, orientational, and agonistic), their functions, and their use in the media. It concludes that informational genres prevail in state-run media, while analytical forms are more actively employed in non-state publications. The article demonstrates that the choice of genre is determined by the journalist's objectives and by the mode of representing reality–whether factual or analytical.

Keywords: *newspaper, politics, genre, news, journalism, analytics*

For citation: Magomedov G.A., Dzhidalaeva G.A. Genre palette in Dagestan political journalism. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 51 – 58. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-51-58

The article was submitted: April 12, 2026; Approved after reviewing: April 27, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Актуальность представленной работы составляет исследование палитры информационных и аналитических жанров политической журналистики современными масс-медиа региона.

Цели и задачи исследования состоят в анализе и освещении вопросов развития жанров политической журналистики в дагестанских масс-медиа. В данной области изучения непрерывно происходит обновление знаний, преодолеваются устоявшиеся представления и формируются специализированные исследовательские направления.

Материалы и методы исследований

Для исследования жанров политической журналистики целесообразно рассмотреть совокупность методов на «стыке» разных наук, как результат синтеза, конвергенции, политологии, социологии, и т.д.

Понятие жанра является одним из наиболее значимых в журналистике. У разных исследователей жанр трактуется по-разному. Существуют и жанровые виды заметок. Это: событийная заметка, анонс, аннотация, мини-рецензия, блиц-портрет, мини-обозрение.

Самая популярная разновидность заметки на политическую тему – это событийная заметка.

Результаты и обсуждения

К событийной заметке можно отнести материал «Отношения будут устойчивыми», [1] посвященный первому форуму губернаторов прикаспийских регионов. Заметка начинается с обозначения уже произошедшего события: «Вчера в иранском городе Решт прошел первый форум…», обозначения делегатов форму: представители Азербайджана, Казахстана, Туркменистана, Астрахани, Дагестана, Калмыкии. Дагестанской делегации уделено особенное внимание, перечислен состав делегации. Так в него вошли: председатель правительства РД Абдулмуслим Абдулмуслимов, министр промышленности и торговли Низам Халилов, заместитель министра экономики Шамиль Аммаев, президент союза «Торгово-промышленной палаты РД» Бадрудин Магомедов. Целью форму стала активизация сотрудничества между прибрежными регионами стран Каспийского моря. Названы ключевые докладчики, проанонсированы встречи между участниками форума.

Событийная заметка выстроена по принципу перевернутой пирамиды, когда основная информация находится в самом начале: что, где, когда произошло, кто является участником, а менее значимая информация располагается в конце сообщения.

Событийной заметка написана сухим. Официальным стилем. Точка зрения автора никак не выражена. Основная цель – донести информацию о событии.

К разновидности событийной заметки можно отнести и материал «На защите прав и интересов граждан» [2]. Фактической основой событийной заметки стала встреча главы региона Сергея Меликова с сотрудниками внутренних дел республики в день профессионального праздника. Сергей Меликов не просто поздравил сотрудников полиции, но и обозначил успехи в их деятельности. По сравнению с 2024 годом снизился уровень преступности в регионе. Руководителем региона были вручены медали и благодарности.

В данной заметке присутствуют и черты заметки-блиц-портрета, но не отдельного человека, а собирательного образа полицейского – защитника общественных интересов. Образ наделен такими чертами и качествами, как благородство, смелость, отвага, честь, достоинство, служение на благо обществу, отстаивание интересов простого человека, патриотизм и т.д.

Особое внимание уделено вопросам развитие туризма в республике. В рамках этой темы было предложено принять закон «О проведении на территории Республики Дагестан эксперимента по предоставлению услуг гостевых домов», который позволили бы легализовать гостевые дома в частных секторах, что увеличит поступление налогов в местный бюджет.

Здесь же сказано о докладе председателя Комитета по рыбному хозяйству РД Хадижат Шамхаловой «Состояние и перспективы развития рыбохозяйственного комплекса Республики Дагестан». Приведены цифровые данные, основные тезисы, а весь доклад желающие могут прочитать на сайте парламента республики.

Как и свойственно информационному отчету, участие журналиста здесь минимальное, т.е., журналист является лишь фиксатором того, о чем говорят на заседании. Мнение журналиста не выражается, лишь изредка используются оценочные слова, к примеру, «Не густо», когда речь о проблемах социально-экономического развития региона.

«Дагестанская правда» часто публикует материалы в жанре информационного отчета. Еще одной стала публикация «Земля для проектов», посвященная совещанию под руководством Главы РД Сергея Меликова. Темой совещания стала реализация госпрограммы «Национальная система пространственных данных». Напомним, что Дагестан вошёл в состав пилотных регионов, где она реализуется. Создание системы предусматривает объединение на одной цифровой платформе информации о земле и недвижимости, в том числе о правах и кадастровой оценке, а также пространственных данных.

Совещание началось с выступления Сергея Меликова, который представил статистический и цифровой материал, касающийся реализации политики в области земельных отношений. Дополнил выступление Сергея Меликова вице-премьер Правительства республики – руководитель Минимущества РД Заур Эминов. Который отметил плодотворную работу, обеспечивающую правильное пространственное планирование земель и сказал, что такая работа будет только усиливаться.

О новых цифровых сервисах, доступных в портале Национальной системы пространственных данных, рассказал Заур Эминов. Он сообщил и о двух ключевых сервисах, которые помогут получить земельные участки подбирать подходящие участки для строительства. Это такие сервисы, как «земля просто» и «Земля для стройки».

Проблема незарегистрированных объектов прибрежной зоны Каспия является актуальной. Она была затронута на очередном совещании. Заур Эминов считает. Что постановка их на учет поможет создать необходимые условия для дальнейшего развития береговой линии.

Вслед за ним выступил руководитель Управления Росреестра Арсен Пирмагомедов. По итогам совещания были сформированы поручения.

Жанр информационного отчёта в освещении политических тем используется и изданием «Новое дело». Материал «В Махачкале рассмотрели создание трех административных районов» посвящен заседанию созыва депутатов. Участники заседания обсудили учреждение администрацией Кировского, Советского и Ленинского районов и отвердили Положение об их работе. Журналисты рассказывают о выступлениях. К примеру, вызвало особе внимание выполнение Алексея Гарипова, который призвал депутатов активно участвовать в голосованиях, не отмалчиваться, так как «депутаты, не способные отстоять свою позицию, вряд ли смог отстоять позицию избирателей» [4].

В жанре информационного отчета написан и материал «Правительство обсудило готовность к выборам». Он представляет собой развернутый текст о заседании штаба правительства республики по координации работы при подготовке и проведению муниципальных выборов. Цель автора – точно изложить ход заседания, но без комментариев. Так журналист Магомед Ибрагимов передает услышанные и увиденные выступления председателя правительства РД Абдулмуслима Абдулмуслимва, первого заместителя руководителя Администрации главы и правительства РД Али Ибрагимова, главы Минэнерго Дагестана Марата Шихалиева, заместителя министра образования республики Аиды Далгатовой, председателя избирательной комиссии РД Магомеда Дибирова. Журналист не обращает внимание на детали или описания вещей и ситуаций, а концентрирует свое внимание на выступлениях.

Отметим, что жанру информационного отчета свойственно и ограничение повествования пространственно-временными рамками, строгое следование содержанию выступлений, документальность, точность передачи высказываний, использование цитат. К примеру, приведены цитаты главы республики Сергея Меликова. Остальные выступления переданы в косвенной речи.

Информационное интервью – еще один жанр информационной журналистики, который ставит перед собой цель проинформировать читателя о предмете авторского интереса, но не проанализировать этот предмет.

Вместе с тем теория жанров отличается чрезвычайной сложностью и многоаспектностью, находится в постоянном процессе развития. Как отмечают теоретики журналистики, возникновение новых и отмирание старых жанров – процесс исторически неизбежный [6].

Часто материалы политической направленности написаны в жанре аналитического отчета. В отличие от информационного отчет, аналитический преследует цель не просто известить аудиторию о том или ином политическом событии, а представить осмысленное журналистом выступление участников события, комментирование отдельных речей, оценка суждений. Авторская позиция в аналитическом отчете представлена явно.

Материал «Дагестанские депутаты и министр эмоционально «бились за Гуниб». Власть обещает, что детский санаторий никуда не денется, но народ тревожится…», опубликованный в «Черновике», является политическим, так как отражает взаимодействия субъектов политического руководства, точнее, депутата РД от партии КПРФ Махмуддибира Каримова и министра по делам туризма и народно-художественным промыслам Дагестана Эмина Мерданова по ситуации с детским санаторием «Гуниб», который по инициативе главы республики Сергея Меликова должен быть передан в Минтуризм, как ответственному за зонирование санаторно-курортных территорий республики органу.

Претензией одного из участников политического диалога является то, что серьезные решения, касающиеся населения республики в целом или отдельно взятых ее районов принимаются без участия жителей этой республики, что приводит к нарастанию недовольства в обществе, которое ждет ответы на вопросы, какие-то гарантии от государства, а не просто отписки.

Противоположная сторона в лице министра Эмина Мерданова пытается объяснить, что все опасения насчет санатория Гуниб высосаны из пальца, что санаторий будет функционировать в прежнем режиме: «Что касается детского санатория «Гуниб», то министр уверяет, что вопроса о передаче этого отдельно взятого санатория, о привлечении туда каких-то инвесторов, о перепрофилировании его из детского в какой-то иной не стояло и не стоит», - заключил Мерданов [7].

Диспут, свидетелями которого были журналисты «Черновика» вызвал любопытство, так как считается (как написано в материале), что оба участника относятся к одной политической команде – команде Сулеймана Керимова. В связи с этим эмоциональные выступления обоих расцениваются журналистами неоднозначно. Сформулировано несколько предположений. Согласно первому, перед нами разногласия двух влиятельных другой. Согласно второму, произошедшая перепалка является хорошо спланированной постановкой.

В материале достаточно легко выделить черты аналитического отчета. Во-первых, предметом отображения стало заседание НС Республики Дагестан. Во-вторых, авторы материала преследует цель осмыслить выступления участников заседания, уделяя особое внимание Эмину Мерданову и Махмуддибиру Каримову. В-третьих, композиция аналитического отчета не выстроена в хронологической последовательности. Мы наблюдаем нарушение последовательности, акцентирование на конкретных выступлениях. В-четвертых, авторская позиция выражена достаточно явно. В-пятых, язык аналитического отчета стилистически окрашен, используются различные языковые средства: метафоры, сравнения, риторические вопросы и восклицания, парцелляция, эпитеты, апеллирование к крылатым выражениям, устоявшимся сочетаниям и т.д. Например, «сетует депутат», «А что, так можно… уже … было?», «рубил по пролетарски правдуматку депутат», «Зал, когда Каримов закончил свою речь, зааплодировал. Правда, не так чтоб овации, но … нормально» и т.д.

Примером комментария может быть материал Тамерлана Магомедова «Подлинная политика вместо тухлых рейтингов», который посвящен состоянии инвестиционного климата в регионе, а именно, недвижимость, инженерные сети, защита бизнеса, меры поддержки бизнеса, экспортная деятельность, инфраструктура и технологии, кадровые и трудовые ресурсы, а также развитие рынка и конкуренции. Параметры оценивания опубликованы на 144 страницах. По результатам данного рейтинга республика Дагестан и ее руководитель находятся на последних позициях. Именно этот факт, который бурно обсуждался республиканскими журналистами и общественностью, и стал поводом для выступления журналиста.

Автор пытается разобраться, на основании каких опросов и оценок формулировался этот рейтинг и приходит к следующим выводам: экспертами выступают руководители и «Опоры России», и ТПП РФ, и РССП, и РФПИ, и многие другие. Их весомость и компетентность не ставится автором под сомнение. Смущает организация, которая этот рейтинг инициировала - ООО

ЦИК «Рейтинг» под руководством Арсена Гаруновича Аристакесяна и Крестникова Александра Аркадьевича с уставным капиталом 7 тысяч рублей. Как и свойственно комментарию, журналист пытается при-

вести убедительные аргументы в пользу уже сложившегося мнения, что результаты рейтинга притянуты за уши и не соответствуют действительности.

Так как основная цель автора комментария – выражение своего мнения, своего отношения к рейтингу, формулирование своих оценок, то и язык комментария будет эмоциональным, экспрессивным, оценочным. Используется следующие экспрессивные слова и выражения, восклицательные и вопросительные предложения: «Не согласен? Считай!», «Ну, ок!», «Дагестане такое дело лаконично называют «воздухом», «Уникумы!», «возникает вопрос вменяемости людей, непосредственно подводивших итоги», «На больных, говорят, не обижаются», «бросаться в нее всякой тухлятиной, наподобие этого «рейтинга» и т.д. [8].

Комментарий СМИ не подразумевает продолжения коммуникации по данной теме, следовательно, он не обладает коммуникативным будущим.

Выделяют множество разновидностей комментария. Одним из таких является протестный комментарий. Проанализированный нами комментарий

относится именно к протестному, так как содержит в себе все характерные черты. Такой комментарий имеет ярков выраженный воздействующий характер, он всегда появляется как ответ на событие, даже прошлое, используется большое количество разговорных оборотов (перечислили выше), оценочной лексики, иронии. И, что важно, протестный комментарий, всегда направлен на адресата, читателя. В нашем случае журналист обращается к своим читателям: «И все мы в праве и, как говорили великие греки, даже должны за свои права бороться. Ведь, если ты не интересуешься политикой, то ты идиот. Но, если превращать политику в бессмысленное ехидство и словоблудие, то народным трибуном ты лично от этого не становишься. Да и для народа тоже вряд ли что-то улучшить». При этом автор идентифицирует себя с народом, использует местоимение мы: «Но готовы ли мы сами перестать уже быть идиотами и начать подлинно участвовать в политике, качественно влияя на принимаемые властью решения? Или же наш вечный удел – лишь ехидно посмеиваться над властью, выкрикивать оскорбительные реплики и бросаться в нее всякой тухлятиной, наподобие этого «рейтинга»?».

К комментарию можно отнести и материал «Суверенитет на части не делится» Гасана Азиева [9]. Комментарий здесь служит способом выражения авторской точки зрения по отношению к какой-либо проблеме, ситуации, факту, событию. С помощью комментария автор выражает отношение к актуальным событиям, формулирует связанные с ними задачи и проблемы в форме сжатого анализа недостатков или достижений, а также выражает их оценку, прогноз развития и т.д.

Как и свойственно жанру комментария, мнение автора занимает основной объем материала, а комментируемым факт обозначается только для того, чтобы возродить в памяти аудитории комментируемые факты или явления, или познакомить аудиторию с комментируемым фактом, если он ей неизвестен.

Авторское мнение и оценка являются неотъемлемой частью жанра комментария. Автор в комментарии выполняет несколько ролей. Во-первых, он выражает свою личную позицию на определенную тему, используя свой индивидуальный стиль и подход к написанию. Кроме того, он может использовать больше личного опыта, аналогий, юмора и других приемов, чем в традиционных новостных материалах, чтобы привлечь внимание читателей и вызвать у них эмоциональную реакцию на обсуждаемую проблему. Также журналист может предлагать свои собственные идеи и решения проблемы, о которой он пишет, и призывать читателей к действию.

Одной из главных особенностей языка комментария является стилистическая окраска, которая позволяет автору передать свою позицию и эмоциональный настрой. Различные средства выразительности делают комментарий более привлекательным для читателя и помогают вызвать особый интерес. В комментарии могут быть использованы такие стилистические приемы, как метафора, аллегория, сравнение, ирония, сарказм, юмор, риторические восклицания, риторические вопросы и другие.

В анализируемом тексте большое количество эмоционально

окрашенных слов, восклицаний: ядерный щит, гегемон, Вот те на! Неужели до вас еще не дошло, что величайшая в мире ядерная держава не может проиграть войну? Когда вы перестанете сдержанность России воспринимать за её слабость?

Говоря о газетных жанрах, невозможно не упомянуть о таком процессе, как взаимопроникновение жанров, что означает, что один материал может иметь черты нескольких жанровых форм.

Обратимся к материалу еженедельника «Новое дело» [10]. Большой политический материал посвящен внезапному исчезновению из поля зрения главы республики Сергея Меликова. Журналисты напоминают читателям, что слухи о возможной отставке главы региона идут давно, имеют под собой реальные основания и не упускают из поля зрения факты, которые могут подтвердить данную версию. Таким образом, мы можем отнести данный материал к жанру прогноза. Прогноз – это аналитический жанр, в котором журна-

лист пытается предугадать развитие события или социально-значимого явления. В данном случае – предугадать, будет ли отставка главы Дагестана. Для того, чтобы прогноз журналистов был убедительным и реалистичным, они приводят аргументы или обоснования, которые могут служить доказательством или убедительным доводом.

Первым аргументом является то, что Администрация главы Дагестана демонстрирует полную безучастность и отстраненность от существующих проблем. К примеру, урегулирование земельно-административного конфликта между жителями сел Мехельта, Старый Сивух, Цилитль Гумбетовского района. Журналисты считают, что вопрос местной политики находятся под контролем президента и администрации президента, а не председателя правительства.

Вторым аргументом является вышедший на канале Рен-ТВ спецвыпуск о коррупции в регионе, что, конечно, негативно сказывается на имидже руководителя региона, и не мог бы попасть в эфир федерального канал (по мнению редакции газеты) без согласия Администрации президента страны. Центральной темой сюжета стала история экс-госсекретаря Дагестана Магомед-султана Магомедова. Что примечательно, журналист достаточно открыто подчеркивает, что Магомедов был назначен на пост через месяц после назначения Меликова, тем самым связывают Меликова и замешанного в коррупции чиновника. Такой фильм сильно дискредитирует республиканскую власть, при этом информационщики главы не пытаются опровергнуть выводы фильма.

Третьим аргументом стало пассивное участие и отсутствие точных ответов на вопросы журналиста радио «Комсомольская правда» Валентина Алфимова. Сергей Меликов не подвел итоги своей работы, никакой новизны в словах главы республики не было: из 20 минут эфирного выступления 7 минут глава говорил о футболе. Все это, по мнению автора материала, не соответствует стратегии развития и строительства планов на будущее.

Еще одним аргументом является частое отсутствие, особенно в последнее время, первых лиц республики: главы, председателя правительства, спикера Народного собрания, что свидетельствует о бесхозности республики.

Родственным жанром прогнозу является жанр версии. В отличие от прогноза, версия строится на предположениях и исключает категоричность выводов и заключений. Можно утверждать, что черты версии в анализируемом материале также присутствуют. И версий здесь две. Согласно первой, частое отсутствие главы региона в республике, отстраненное отношения ко всем происходящему свидетельствует о том, что Сергей Меликов покинет пост руководителя региона. Данной версии противопоставляется другая: «Но сторонникам версии о скорой отставке мешают новости о том, что в четверг на встречу с главой республики прибыл помощник премьера России Муслим Хучиев. Экс-председатель правительства Чечни дал положительную оценку развитию региона и эффективности совместной работы над инфраструктурными проектами».

В материале сдержатся и черты обозрения. Обозрение – аналитический жанр журналистики, характеризующийся многоплановостью и панорамностью, ограниченностью временными (несколько месяцев) и пространственными (республика Дагестан) рамками, ярко выраженной авторской позицией, направленностью на возбуждение интереса.

Аналитическое интервью – еще один жанр аналитической журналистики. Это один из 3-х диалогических жанров периодической печати. Аналитическое интервью характеризуется специфической целью – не просто получение новых, ранее неизвестных сведений о том или ином событии, процессе, ситуации, явлении, но и анализ причины возникновения той или иной ситуации, сравнение ее с другими, схожими, выявление внутренних взаимосвязей, неявных и невидимых и т.д.

В зависимости от выполняемых политическими текстами функций различают также ритуальные, агональные, ориентационные жанры.

К ритуальным жанрам относятся инаугурационная речь, приветственное слово. Материалы в жанре ритуальных текстов довольно часто используются в государственных изданиях республики.

К ориентационным жанрам можно отнести указы, доклады, договоры, которые публикуются в газете. Такие документы публикуются в «Дагестанкой правде».

Агональные жанры политических текстов (лозунг, листовка, выступление на митинге). Такие тексты содержат призывы к борьбе и отмечены повышенной экспрессивностью.

Аналитический способ отображения действительности нацелен на проникновение в суть явлений, на выяснение скрытых взаимосвязей предмета отображения. Аналитический способ отображения действительности чаще используется негосударственными СМИ. Самыми распространёнными жанрами аналити-

ческой группы являются аналитический отчет, аналитическое интервью, комментарий, колонка как жанр, прогноз, обозрение.

В особую группу можно выделить специальные жанры политической тематики, к которым относятся ритуальные, агональные, ориентационные жанры.

Ритуальные жанры представлены инаугурационной речью, приветственным словом. Материалы в жанре ритуальных текстов довольно часто используются в государственных изданиях республики.

К ориентационным жанрам можно отнести указы, доклады, договоры, которые публикуются в газете. Такие документы публикуются в «Дагестанской правде», как ретранслятору решений республиканских политических деятелей.

Агональные жанры политических текстов – это лозунги, выступления на митингах. Такие тексты содержат призывы к борьбе и отмечены повышенной экспрессивностью.

Выводы

Проанализировав представленность и характер отображения политической тематики в дагестанских изданиях, мы пришли к выводу, что чаще всего материалы политической направленности написаны в жанрах заметки, информационного отчета, информационного интервью. Основной способ отражения действительности у всех жанров - фактографический способ отображения действительности.

Отметим, что материалы политической направленности представлены как в информационных, так и в аналитических жанрах. Первые преследуют цель сообщить о единичном факте, констатировать свершившееся политическое событие. Вторая группа жанров – аналитическая – выполняют функции разъяснения, анализа, уделяя особое внимание деталям и подробностям. Существуют и такие жанровые разновидности политических текстов, как инаугурационная речь, поздравление, выступления на митинге.

Список источников

1. Газета «Дагестанская правда». 2025. № 16. Отношения будут устойчивыми. URL: https://dagpravda.ru/politika/otnosheniya-budut-ustojchivymi/ (дата обращения: 20.01.2026).
2. Газета «Дагестанская правда». 2025. № 164. На защите прав и интересов граждан. URL: https://dagpravda.ru/nomera/2025-n-164/ (дата обращения: 20.11.2025).
3. Газета «Дагестанская правда». Земля для проектов. URL: https://dagpravda.ru/politika/zemlya-dlya-proektov/ (дата обращения: 20.11.2025).
4. Газета «Новое дело» № 31 от 12 сентября 2025.
5. Газета «Новое дело» № 31 от 12 сентября 2025.
6. Цвик, 2004:114.
7. Газета «Черновик». Земля для проектов. URL: https://chernovik.net/news/dagestanskie-deputat-i-ministr-emocionalno-bilis-za-gunib-vlast-obeschaet-chto. (дата обращения: 25.11.2025).
8. Газета «Дагестанская правда» Подлинная политика вместо тухлых рейтингов. URL: https://dagpravda.ru/politika/podlinnaya-politika-vmesto-tuhlyh-rejtingov/ (дата обращения: 27.11.2025).
9. Газета «Дагестанская правда». 2025. № 160. Суверенитет на части не делится. URL: https://dagpravda.ru/nomera/2025-n-160/ (дата обращения: 27.11.2025).
10. Газета «Новое дело». Возвращение режима ожидания. № 41 от 21.11.2026.

References

1. Dagestanskaya Pravda Newspaper. 2025. No. 16. Relations Will Be Stable. URL: https://dagpravda.ru/politika/otnosheniya-budut-ustojchivymi/ (accessed: 20.01.2026).
2. Dagestanskaya Pravda Newspaper. 2025. No. 164. Protecting the Rights and Interests of Citizens. URL: https://dagpravda.ru/nomera/2025-n-164/ (accessed: 20.11.2025).
3. Dagestanskaya Pravda Newspaper. Land for Projects. URL: https://dagpravda.ru/politika/zemlya-dlya-proektov/ (accessed: 20.11.2025).
4. Novoye Delo Newspaper, No. 31, September 12, 2025.
5. Novoye Delo Newspaper, No. 31, September 12, 2025.
6. Tsvik, 2004:114.
7. Chernovik Newspaper. Land for Projects. URL: https://chernovik.net/news/dagestanskie-deputat-i-ministr-emocionalno-bilis-za-gunib-vlast-obeschaet-chto. (accessed: 25.11.2025).
8. Dagestanskaya Pravda Newspaper. Genuine Politics Instead of Rotten Ratings. URL: https://dagpravda.ru/politika/podlinnaya-politika-vmesto-tuhlyh-rejtingov/ (accessed: 27.11.2025).

9. Dagestanskaya Pravda Newspaper. 2025. No. 160. Sovereignty is not divided into parts. URL: https://dagpravda.ru/nomera/2025-n-160/ (accessed: 27.11.2025).
10. Novoye Delo Newspaper. Return to Standby Mode. No. 41, November 21, 2026.

Информация об авторах

Магомедов Г.А., *кандидат исторических наук, доцент, Дагестанский государственный университет, journdgu@mail.ru*

Джидалаева Г.А., *Дагестанский государственный университет, aminovag@mail.ru*

© Магомедов Г.А., Джидалаева Г.А., 2026

Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 811.161.1'33
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-59-66

[1] Меликян А.А., [1] Овсепян К.А. ***[1] Донской государственный технический университет***

Структурно-графическая стратификация эргонимов сферы гостеприимства России в условиях лингвоправового регулирования

Аннотация*: в статье представлены результаты анализа структурно-графических характеристик гостиничных эргонимов на материале 664 названий из шести российских городов разных типов (малые города, региональный центр, мегаполисы). Исследование выполнено в контексте стратификации по типу города и с учётом вступивших в силу 01.03.2026 поправок к Федеральному закону № 168-ФЗ, ограничивающих использование иностранных слов при наличии русскоязычных аналогов на вывесках и в рекламе. Применяется авторская структурно-графическая классификация, основанная на критерии графической сегментации. Количественный анализ выявил системные различия: доля гибридных типов возрастает с 7,4% в малых городах до 27,4% в Москве. Обосновывается, что вступившие в силу законодательные поправки создают прецедент перехода графической вариативности из маркетинговой в лингвоправовую плоскость. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных данных при разработке нейминговых рекомендаций для владельцев гостиничного бизнеса с учётом локализации предприятия и требований нового языкового законодательства.*

Ключевые слова: *эргоним, структурно-графическая классификация, графическая сегментация, коммерческое название, нейминг, городская стратификация, сфера гостеприимства*

Для цитирования: Меликян А.А., Овсепян К.А. Структурно-графическая стратификация эргонимов сферы гостеприимства России в условиях лингвоправового регулирования // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 59 – 66. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-59-66

Поступила в редакцию: 12 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 27 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Melikyan A.A., [1] Ovsepyan K.A. ***[1] Don State Technical University***

Structural and graphic stratification of ergonyms in the Russian hospitality industry under the conditions of linguo-legal regulation

Abstract: *the article presents the results of an analysis of the structural and graphic characteristics of hotel ergonyms based on a corpus of 664 names from six Russian cities of different types (small towns, a regional center, metropolises). The study is carried out in the context of stratification by city type and taking into account the amendments to Federal Law No. 168-FZ that came into force on March 1, 2026, restricting the use of foreign words when Russian-language analogues exist on signs and in advertising. The authors' structural-graphic classification based on the criterion of graphic segmentation is applied. Quantitative analysis has revealed systemic differences: the share of hybrid types increases from 7.4% in small towns to 27.4% in Moscow. It is argued that the legislative amendments that have entered into force create a precedent for the transition of graphic variability from a purely marketing to a linguo-legal plane. The practical significance of the study lies in the possibility of using the*

obtained data to develop naming recommendations for hotel business owners, taking into account the localization of the enterprise and the requirements of the new language legislation.

Keywords: *ergonym, structural-graphic classification, graphic segmentation, commercial name, naming, urban stratification, hospitality industry*

For citation: Melikyan A.A., Ovsepyan K.A. Structural and graphic stratification of ergonyms in the Russian hospitality industry under the conditions of linguo-legal regulation. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 59 – 66. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-59-66

The article was submitted: April 12, 2026; Approved after reviewing: April 27, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Вопрос о статусе и границах эргонимии как разряда ономастической лексики остаётся предметом дискуссии на протяжении последних трёх десятилетий. Истоки полемики восходят к трудам А.В. Суперанской, которая определила эргонимы как периферийную зону ономастикона, связанную с деловыми объединениями людей, но не дала им развёрнутой дефиниции [13]. Н.В. Подольская в «Словаре русской ономастической терминологии» впервые легитимизировала термин «эргоним», зафиксировав его как «собственное имя делового объединения людей» [8]. Однако, как отмечает Н.В. Шимкевич, терминологическая проблема не решена окончательно, поскольку вопрос о границах эргонимии остаётся предметом споров [14]. Альтернативные позиции предлагали Д.А. Яловец-Коновалова («название коммерческого предприятия») [16] и Р.И. Козлов («эргурбоним») [4], но Н.В. Шимкевич обоснованно настоял на сохранении термина «коммерческий эргоним», понимаемого как «названия деловых объединений, созданных для осуществления деятельности, направленной на получение прибыли» [14]. В настоящей статье мы придерживаемся именно этой позиции.

В зарубежной лингвистике также сложилось несколько исследовательских традиций. В немецкоязычной ономастике эргоним трактуется расширительно – как обозначение не только ассоциаций и союзов, но и названий продуктов, услуг, произведений искусства и торговых точек. Р. Брдар-Сабо и М. Брдар (2023) подчёркивают, что «эргоним – это гиперонимная категория, включающая коммерческие названия», причём названия продуктов и предприятий находятся в отношениях пересечения, но не тождества [19]. Ф. Култаева в обзорном исследовании отмечает, что в финской традиции термин «эргоним» употребляется редко, уступая место «названиям компаний» и «деловым названиям» [20]. В узбекской лингвистике последних лет активно исследуется роль иностранных заимствований в формировании эргонимической терминологии [18]; З. Шодмонова (2025) акцентирует тот факт, что эргонимы служат не только средством идентификации, но и важными культурными, экономическими и социальными коммуникаторами [22]. Особого внимания заслуживает полевое исследование в Албании (Э. Троплини Абдурахмани с соавторами, 2025), показавшее, что «язык бизнеса находится под влиянием взаимодействия между инновациями и традиционными ценностями», а иностранные названия часто приобретают популярность, вытесняя устоявшиеся термины [23].

Проблема графического оформления эргонимов выделилась в самостоятельное направление в 2010-е годы. В.А. Крыжановская (2017) обосновала понятие «графическая трансформация», доказав, что её элементы влияют на семантическую структуру эргонимов [5]. Ф.Ф. Алистанова (2018) классифицировала приёмы графической игры (капитализация, графогибридизация, контаминация) [1]. Т.В. Шмелева (2013) предложила критерий графической сегментации как основу формальной классификации [15]; А.Д. Савенков (2020) подтвердил продуктивность этого подхода на эргонимическом материале Екатеринбурга [10]. М.Я. Крючкова (2003) отмечает непоследовательность в выборе прописной/строчной буквы в многокомпонентных эргонимах [6]. Современные исследования акцентируют внимание на лингвокреативных тенденциях в оформлении эргонимов: использовании букв разных алфавитных систем [11] и языковой игре (графической, словообразовательной, орфографической) [2].

Принципиально новый этап в регулировании графического облика эргонимов открылся с принятием изменений в Федеральный закон от 24.06.2025 № 168-ФЗ. Как разъясняется в информации Генеральной прокуратуры РФ, «информация для публичного ознакомления потребителей на вывесках, указателях, информационных табличках должна быть выполнена на русском языке как государственном языке Российской Федерации», при этом новшества не распространяются на фирменные наименования, товарные знаки и

знаки обслуживания [9]. Поправки в закон вступили в силу 1 марта 2026 года и ограничивают использование иностранных слов при наличии русскоязычных аналогов [7].

Актуальность настоящего исследования определяется тремя факторами: 1) наличием терминологической дискуссии о границах эргонимии и отсутствием единой структурно-графической классификации, апробированной на материале сферы гостеприимства; 2) необходимостью верификации зарубежных теорий на российском эмпирическом материале; 3) уникальностью 2025 года как финального этапа «нерегулируемой» эргонимии перед вступлением в силу законодательных ограничений.

Объект исследования – это эргонимы предприятий сферы гостеприимства. Предмет исследования – это структурно-графические характеристики эргонимов в их корреляции с административно-экономическим статусом города. В качестве цели выступает выявление закономерностей распределения структурно-графических типов эргонимов в зависимости от типа города. Гипотеза заключается в том, что с повышением статуса города возрастает структурно-графическая сложность эргонима, что является лингвистической проекцией маркетинговых стратегий глобализации.

Материалы и методы исследований

Эмпирическую базу настоящего исследования составил корпус из 664 эргонимов предприятий сферы гостеприимства (гостиниц, отелей, апарт-отелей, гостевых домов, хостелов) из шести российских городов, представляющих разные уровни урбанизации: мегаполисы (Москва, Санкт-Петербург), крупный региональный центр (Ростов-на-Дону) и малые города Ростовской области (Шахты, Каменск-Шахтинский, Таганрог).

Формирование корпуса осуществлялось методом сплошной выборки на основе данных сервиса «Яндекс.Карты» в период с апреля по декабрь 2025 года [17]. Хронологические рамки принципиальны: сбор данных завершился до вступления в силу поправок к Федеральному закону № 168-ФЗ (01.03.2026) [7]; таким образом, корпус фиксирует состояние эргонимикона на завершающем этапе «нерегулируемой» графической вариативности. При фиксации строго соблюдалась оригинальная орфография и графика.

Дисклеймер. Все коммерческие наименования, упомянутые в статье, принадлежат их правообладателям, зафиксированы в открытых источниках и используются в научных целях (ст. 1274 ГК РФ). Авторы не дают правовой оценки соответствия наименований требованиям законодательства.

Вслед за Т.В. Шмелевой [15] и В.А. Крыжановской [5] мы принимаем в качестве базового критерия характер графической сегментации – наличие или отсутствие пробела. В отличие от предшественников, мы вводим маркеры графической сложности – формальные признаки, нарушающие стандартное написание: орфографические знаки (дефис, апостроф), цифры, аббревиатуры, специальные символы (плюс, амперсанд), игра регистра (капслок, camelCase), графическая стилизация (удвоение букв, историческая стилизация) и включение одиночных букв. Использование латиницы само по себе не является маркером сложности, им признаётся лишь алфавитный контраст – смешение кириллицы и латиницы в пределах одной графической последовательности. В рассматриваемом контексте выделяются четыре типа:

1. Монографемный (монолитный) тип. Единая нечленимая последовательность без пробелов и маркеров сложности. Примеры: *Оазис*, *Аврора*, *Визит*.

2. Композитный (гибридно-слитный) тип. Графически цельное образование (без пробелов) с маркерами сложности: орфографическими знаками (*Президент-Отель*), цифрами (*Дон-61*), спецсимволами (*Персона+*), игрой регистра (*БиблиОтель*), аббревиатурами (*ЛиК*), графической стилизацией (*Променадъ*), одиночными буквами (*М-Отель*).

3. Сегментированный (дискретный) тип. Два и более компонента, разделённых пробелами, без маркеров сложности. Примеры: *Уютный уголок, Солнечный дом, Морской причал*.

4. Гибридный (дискретно-сложный) тип. Сочетание пробелов с маркерами сложности внутри хотя бы одного компонента (*7 Небо*, *Бутик-отель Замок*, *Петр I*), а также смешение разных алфавитов (*Rotas на Красноармейской*).

Предложенная классификация согласуется с выводами З. Шодмоновой о влиянии лингвистических и экстралингвистических факторов на формирование эргонимов [22] и с наблюдениями Э. Троплини Абдурахмани о «смешанных графических комплексах» как характерной черте современного эргонимикона [23]. Аналогичные тенденции (использование гибридных форм, языковой игры и невербальных элементов) зафиксированы также в исследованиях эргонимикона Казани [11], Якутска [12] и городов Приволжского федерального округа [2].

Результаты и обсуждения

Общий объем корпуса составил 664 эргонима. Совокупная доля мегаполисов (Москва, Санкт-Петербург) – 58,6%, Ростова-на-Дону – 23,2%, малых городов (Шахты, Каменск-Шахтинский, Таганрог) – 18,2%. Ключевые результаты количественного анализа представлены в сводной таблице 1.

Таблица 1

Распределение эргонимов по основным параметрам, %.

Table 1

Distribution of ergonyms by main parameters, %.

Показатель	Малые города	Ростов-на-Дону	Санкт-Петербург	Москва
Количество слов				
1 слово	59,5	56,5	40,1	35,5
2 слова	28,1	31,8	29,7	31,5
3 и более слов	12,4	11,7	30,2	33,0
Структурно-графические типы				
Монографемный	52,9	50,6	34,9	28,9
Композитный	7,4	5,8	5,2	6,6
Сегментированный	32,2	30,5	41,7	36,0
Гибридный	7,4	13,0	17,7	27,4
Алфавит/графика				
Кириллица	86,0	80,5	66,1	60,4
Латиница	11,6	14,3	29,7	29,4
Смешанный тип	2,5	5,2	4,2	10,2

В малых городах доминируют однословные наименования (59,5%), что согласуется с данными С.В. Земсковой о преобладании простых эргонимов [3]. В Москве доля однословных эргонимов минимальна (35,5%), а трёх- и более словных – максимальна (33,0%). Это подтверждает тезис Р. Брдар-Сабо и М. Брдар о том, что сложные конструкции характерны для брендово-маркетинговой модели [19].

Структурно-графические типы. Монографемный тип доминирует в малых городах (52,9%) и резко снижается в Москве (28,9%). Гибридный тип, напротив, возрастает с 7,4% до 27,4%. Полученные данные подтверждают гипотезу В.А. Крыжановской о том, что «графическая трансформация позволяет эргонимическим единицам изменять характер денотативной ориентации» [5]. Доля гибридных эргонимов в Москве (27,4%) практически сравнялась с долей монографемных (28,9%), что свидетельствует о формировании биполярной структуры. В.Е. Замальдинов (2024) также отмечает активизацию графической и словообразовательной языковой игры в эргонимиконе Приволжского федерального округа, что согласуется с нашими наблюдениями о росте доли гибридных и композитных типов в крупных городах [2].

Алфавитное оформление. Кириллица абсолютно доминирует в малых городах (86,0%), тогда как в мегаполисах её доля снижается до 66,1% (Санкт-Петербург) и 60,4% (Москва). Латиничные названия возрастают с 11,6% в малых городах до 29,7% в Санкт-Петербурге и 29,4% в Москве. Категория смешанного типа (алфавитный контраст) – наиболее яркий маркер графической гибридизации – достигает максимума в Москве (10,2%). В Санкт-Петербурге доля смешанных эргонимов (4,2%) ниже, чем в Ростове-на-Дону (5,2%). Это отклонение может объясняться туристической специализацией: культурно-познавательный туризм северной столицы побуждает номинаторов выбирать кириллические формы, воспринимаемые как более «историчные», тогда как Ростов-на-Дону как транзитный и деловой центр активнее вовлечён в глобальные маркетинговые стратегии. Д.А. Салимова (2023) на материале г. Казань также фиксирует активное использование латиницы и смешение алфавитов в эргонимах, связывая это с лингвокреативными тенденциями в билингвальных регионах [11].

Совокупная доля эргонимов, содержащих латиницу (в чистом или смешанном виде), составляет: в малых городах – 14,1%; в Ростове-на-Дону – 19,5%; в Санкт-Петербурге – 33,9%; в Москве – 39,6%. Полученные результаты согласуются с выводами Л.Н. Самсоновой (2025), которая на материале г. Якутск также фиксирует рост доли заимствованных и гибридных эргонимов в крупных городах [12]. Это имеет принципиальное значение для оценки влияния вступивших в силу поправок к Федеральному закону № 168-ФЗ:

именно данная часть эргонимикона (за исключением зарегистрированных товарных знаков) потенциально попадает в зону правового регулирования [7].

Выявленная стратификация полностью соответствует модели, описанной Э. Троплини Абдурахмани и соавторами: «названия предприятий, в первую очередь, возникают из необходимости, однако важно изучить мотивации, посредством которых возникают соглашения об именовании в определённый период и социальном сообществе» [23]. В малых городах реализуется номинативно-идентифицирующая модель, ориентированная на локального потребителя; в мегаполисах – брендово-маркетинговая модель, где эргоним становится инструментом глобального позиционирования. Этот вывод согласуется с исследованиями, рассматривающими коммерческие наименования как компонент городского лингвистического ландшафта, отражающий взаимодействие глобальных и локальных тенденций [22, 23].

В собранном нами корпусе часть наименований, согласно общедоступным данным, относится к фирменным наименованиям и подпадает под исключение (*Radisson Blu Hotel, Ibis*). Однако значительная доля эргонимов не защищена товарным знаком и после 1 марта 2026 года должна быть приведена в соответствие с требованиями законодательства. Как отмечает А. Рустамов, «неправильно выбранное название может привести к неудаче предлагаемого товара или услуги», а использование названий без учёта национально-культурных особенностей – одна из причин возникновения неудачных эргонимов [21]. В российском контексте это требование приобретает юридическое измерение.

С методологической точки зрения, 2025 год является референтным периодом – «слепком» эпохи, когда графическая вариативность определялась исключительно рыночными и креативными факторами. Как подчёркивает Ф. Култаева, «вопросы, касающиеся изменения формы эргонима, его лингвистического статуса и графических особенностей, остаются открытыми и по сей день» [20]. Наше исследование создаёт базу для мониторинга постзаконодательных трансформаций.

Выводы

Проведённое исследование выявило устойчивую стратификацию структурно-графической организации эргонимикона сферы гостеприимства в российских городах. Доля монографемных эргонимов закономерно снижается от малых городов (52,9%) к Москве (28,9%), тогда как доля гибридных типов, напротив, возрастает с 7,4% до 27,4%. В мегаполисах доля трёхсловных наименований в 2,5-3 раза выше, чем в малых городах, а эргонимия Ростова-на-Дону занимает транзитивное положение, совмещая региональные традиции с глобальными брендовыми моделями. Доля кириллических названий последовательно снижается от малых городов (86,0%) к Москве (60,4%), тогда как доля латиничных возрастает с 11,6% до 29,4% в Москве и 29,7% в Санкт-Петербурге. Наиболее показательным маркером глобализации выступает смешанный тип (алфавитный контраст), достигающий в Москве 10,2% против 2,5% в малых городах. Совокупная доля эргонимов, содержащих латиницу в чистом или смешанном виде, составляет от 14,1% в малых городах до 39,6% в Москве. Вступившие в силу 1 марта 2026 года поправки к Федеральному закону № 168-ФЗ формируют новый экстралингвистический контекст, что позволяет прогнозировать высокую степень воздействия закона на эргонимический ландшафт. Перспективы дальнейших исследований включают сопоставительный анализ эргонимических ландшафтов 2025 и 2026-2027 годов и типологизацию адаптивных стратегий номинаторов.

Список источников

1. Алистанова Ф.Ф. Образование эргонимов на базе контаминации, гендиадиса и языковой игры с внутренней формой слова графическими средствами // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 7-1 (85). С. 89 – 93. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovanie-ergonimov-na-baze-kontaminatsii-gendiadisa-i-yazykovoy-igry-s-vnutrenney-formoy-slova-graficheskimi-sredstvami (дата обращения: 11.02.2026).

2. Замальдинов В.Е. Новейшие тенденции в формировании эргонимикона Приволжского федерального округа // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2024. Т. 43. № 2. С. 223 – 229. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/noveyshie-tendentsii-v-formirovanii-ergonimikona-privolzhskogo-federalnogo-okruga (дата обращения: 12.04.2026).

3. Земскова С.В. Лексико-семантический и словообразовательный анализ эргонимов г. Тольятти Самарской области Российской Федерации: автореф. дис. … канд. филол. наук. Москва, 1996. 20 с. URL: https://search.rsl.ru/ru/record/01000044310 (дата обращения: 14.02.2026).

4. Козлов Р.И. Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики: дис. … канд. филол. наук. Екатеринбург, 2000. 128 с. URL: https://www.dissercat.com/content/ergourbonimy-kak-novyi-razryad-gorodskoi-onomastiki (дата обращения: 14.02.2026).

5. Крыжановская В.А. Эргонимы с элементами графической трансформации: структурно-семантический и прагматический аспекты: дис. … канд. филол. наук. Краснодар, 2017. 241 с. URL: http://www.dslib.net/russkij-jazyk/jergonimy-s-jelementami-graficheskoj-transformacii-strukturno-semanticheskij-i.html (дата обращения: 14.02.2026).

6. Крючкова М.Я. Многокомпонентные эргонимы в аспекте орфографии: проблема совершенствования нормы правописания: дис. … канд. филол. наук. Волгоград, 2003. 199 с. URL: http://www.dslib.net/russkij-jazyk/mnogokomponentnye-jergonimy-v-aspekte-orfografii-problema-sovershenstvovanija-normy.html (дата обращения: 14.02.2026).

7. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон № 168-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2025. № 26. Ст. 4521. С. 7890 – 7905.

8. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / под ред. А.В. Суперанской. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Наука, 1988. 187 с.

9. Принят закон о защите русского языка: о Федеральном законе от 24.06.2025 № 168-ФЗ. Прокуратура Воронежской области. 11 июля 2025. URL: https://epp.genproc.gov.ru/ru/web/proc_36/activity/legal-education/explain?item=105716443 (дата обращения: 11.02.2026).

10. Савенков А.Д. Эргонимы г. Екатеринбурга в коммуникативно-прагматическом аспекте: магистерская дис. Екатеринбург, 2020. 78 с. URL: https://elar.urfu.ru/handle/10995/94366 (дата обращения: 14.02.2026).

11. Салимова Д.А. Лингвокреативные тенденции в оформлении современного эргонимикона: на материале наименований билингвальной Казани // Ежегодник финно-угорских исследований. 2023. Т. 15. № 2. С. 203 – 208. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnye-tendentsii-v-oformlenii-sovremennogo-ergonimikona-na-materiale-naimenovaniy-bilingvalnoy-kazani (дата обращения: 12.04.2026).

12. Самсонова Л.Н. Лексико-семантические и структурно-грамматические характеристики эргонимов г. Якутска // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. 2025. Т. 22. № 3. С. 148 – 160. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/leksiko-semanticheskie-i-strukturno-grammaticheskie-harakteristiki-ergonimov-g-yakutska (дата обращения: 12.04.2026).

13. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. Москва: Наука, 1973. 366 с.

14. Шимкевич Н.В. Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты: автореф. дис. … канд. филол. наук. Екатеринбург, 2002. 22 с. URL: https://elar.urfu.ru/handle/10995/548 (дата обращения: 14.02.2026).

15. Шмелева Т.В. Ономастика: учебное пособие. Славянск-на-Кубани: Изд-во филиала КубГУ, 2013. 161 с.

16. Яловец-Коновалова Д.А. Названия коммерческих предприятий: ономасиологическая классификация и функционирование в современном русском языке: автореф. дис. … канд. филол. наук. Челябинск, 1997. 22 с.

17. Яндекс.Карты: транспорт, навигация, поиск мест. 2025. URL: https://yandex.ru/maps/ (дата обращения: 11.02.2026).

18. Begimov O.T. Zamonaviy o‘zbek tili ergonimik terminologiyasining shakllanishida chet tili o‘zlashmalarining o‘rni [The role of foreign language borrowings in the formation of modern Uzbek ergonomic terminology] // Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. 2023. № 11. P. 140 – 146. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zamonaviy-o-zbek-tili-ergonimik-terminologiyasining-shakllanishida-chet-tili-o-zlashmalarining-orni (дата обращения: 14.02.2026).

19. Brdar-Szabó R., Brdar M. Figuratively used product names: From ergonyms to eponyms and paragons // Lingua. 2023. Vol. 290. Art. 103552. DOI: 10.1016/j.lingua.2023.103552.

20. Kultaeva F. Study of ergonyms in uzbek linguistics // World Bulletin of Social Sciences. 2022. Vol. 16. P. 11 – 14. URL: https://scholarexpress.net/index.php/wbss/article/view/1598 (дата обращения: 14.02.2026).

21. Rustamov A. Omadsiz ergonimlar [Unlucky Ergonyms] // Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyalar. 2025. Vol. 1. No. 6. P. 269 – 274. URL: https://innoworld.net/index.php/ispconference/article/view/1068 (дата обращения: 14.02.2026).

22. Shodmonova Z. Modern ergonyms and the factors of their formation // Acta NUUz. 2025. Vol. 1. No. 1.8.1. P. 262 – 265. DOI 10.69617/nuuz.v1i1.8.1.8914.

23. Troplini Abdurahmani E., Shosha B., Metushaj M., Lluri L. Writing Techniques of Business Ergonyms in Commercial Context. Exploring the Linguistic Landscape of Business Naming Practices in Durrës City // Interdisciplinary Journal of Research and Development. 2025. Vol. 12. № 3. 145 p. DOI: 10.56345/ijrdv12n317.

References

1. Alistanova F.F. Formation of Ergonyms Based on Contamination, Hendiadys, and Language Play with the Internal Form of a Word by Graphic Means. Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues. 2018. No. 7-1 (85). P. 89 – 93. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovanie-ergonimov-na-baze-kontaminatsii-gendiadisa-i-yazykovoy-igry-s-vnutrenney-formoy-slova-graficheskimi-sredstvami (accessed: 11.02.2026).

2. Zamal't'inov V.E. Latest Trends in the Formation of the Ergonymicon of the Volga Federal District. Issues of Journalism, Pedagogy, and Linguistics. 2024. Vol. 43. No. 2. P. 223 – 229. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/noveyshie-tendentsii-v-formirovanii-ergonimikona-privolzhskogo-federalnogo-okruga (accessed: 12.04.2026).

3. Zemskova S.V. Lexical-semantic and word-formation analysis of ergonyms of the city of Tolyatti, Samara Region, Russian Federation: Abstract of a PhD thesis. Moscow, 1996. 20 p. URL: https://search.rsl.ru/ru/record/01000044310 (accessed: 14.02.2026).

4. Kozlov R.I. Ergourbonyms as a new category of urban onomastics: Diss. ... Cand. Philological Sciences. Ekaterinburg, 2000. 128 p. URL: https://www.dissercat.com/content/ergourbonimy-kak-novyi-razryad-gorodskoi-onomastiki (accessed: 14.02.2026).

5. Kryzhanovskaya V.A. Ergonyms with elements of graphic transformation: structural-semantic and pragmatic aspects: Diss. ... Cand. Philological Sciences. Krasnodar, 2017. 241 p. URL: http://www.dslib.net/russkij-jazyk/jergonimy-s-jelementami-graficheskoj-transformacii-strukturno-semanticheskij-i.html (accessed: 14.02.2026).

6. Kryuchkova M.Ya. Multicomponent ergonyms in terms of spelling: the problem of improving the spelling norm: diss. ... Cand. Philological Sciences. Volgograd, 2003. 199 p. URL: http://www.dslib.net/russkij-jazyk/mnogokomponentnye-jergonimy-v-aspekte-orfografii-problema-sovershenstvovanija-normy.html (accessed: 14.02.2026).

7. On Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation: Federal Law No. 168-FZ. Collected Legislation of the Russian Federation. 2025. No. 26. Art. 4521. P. 7890 – 7905.

8. Podolskaya N.V. Dictionary of Russian Onomastic Terminology. edited by A.V. Superanskaya. 2nd ed., revised and enlarged. Moscow: Nauka, 1988. 187 p.

9. A law on the protection of the Russian language was adopted: on Federal Law No. 168-FZ of June 24, 2025. Voronezh Region Prosecutor's Office. July 11, 2025. URL: https://epp.genproc.gov.ru/ru/web/proc_36/activity/legal-education/explain?item=105716443 (accessed: 11.02.2026).

10. Savenkov A.D. Ergonyms of Yekaterinburg in the communicative-pragmatic aspect: Master's dissertation. Yekaterinburg, 2020. 78 p. URL: https://elar.urfu.ru/handle/10995/94366 (accessed: 14.02.2026).

11. Salimova D.A. Lingvocreative trends in the design of modern ergonyms: based on the names of bilingual Kazan. Yearbook of Finno-Ugric Studies. 2023. Vol. 15. No. 2. P. 203 – 208. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokreativnye-tendentsii-v-oformlenii-sovremennogo-ergonimikona-na-materiale-naimenovaniy-bilingvalnoy-kazani (accessed: 12.04.2026).

12. Samsonova L.N. Lexical-semantic and structural-grammatical characteristics of ergonyms of the city of Yakutsk. Bulletin of the North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov. 2025. Vol. 22. No. 3. P. 148 – 160. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/leksiko-semanticheskie-i-strukturno-grammaticheskie-harakteristiki-ergonimov-g-yakutska (accessed: 12.04.2026).

13. Superanskaya A.V. General theory of proper names. Moscow: Nauka, 1973. 366 p.

14. Shimkevich N.V. Russian commercial ergonymy: pragmatic and linguacultural aspects: author's abstract. diss. … cand. philological sciences. Ekaterinburg, 2002. 22 p. URL: https://elar.urfu.ru/handle/10995/548 (accessed: 14.02.2026).

15. Shmeleva T.V. Onomastics: a study guide. Slavyansk-on-Kuban: Publishing house of the branch of KubSU, 2013. 161 p.

16. Yalovets-Konovalova D.A. Names of commercial enterprises: onomasiological classification and functioning in the modern Russian language: author's abstract. diss. … Cand. of Philological Sciences. Chelyabinsk, 1997. 22 p.

17. Yandex.Maps: transport, navigation, place search. 2025. URL: https://yandex.ru/maps/ (accessed: 11.02.2026).

18. Begimov O.T. The role of foreign language borrowings in the formation of modern Uzbek ergonomic terminology. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. 2023. No. 11. P. 140 – 146. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zamonaviy-o-zbek-tili-ergonimik-terminologiyasining-shakllanishida-chet-tili-o-zlashmalarining-orni (accessed: 14.02.2026).

19. Brdar-Szabó R., Brdar M. Figuratively used product names: From ergonyms to eponyms and paragons. Lingua. 2023. Vol. 290. Art. 103552. DOI: 10.1016/j.lingua.2023.103552.

20. Kultaeva F. Study of ergonyms in Uzbek linguistics. World Bulletin of Social Sciences. 2022. Vol. 16. P. 11 – 14. URL: https://scholarexpress.net/index.php/wbss/article/view/1598 (accessed: 14.02.2026).

21. Rustamov A. Unlucky Ergonyms. Conferencing scientific research. 2025. Vol. 1. No. 6. P. 269 – 274. URL: https://innoworld.net/index.php/ispconference/article/view/1068 (accessed: 14.02.2026).

22. Shodmonova Z. Modern ergonomics and their formation factors. Acta NUUz. 2025. Vol. 1. No. 1.8.1. P. 262 – 265. DOI 10.69617/news.v1i1.8.1.8914.

23. Troplini Abdurahmani E., Shosha B., Metushaj M., Lluri L. Writing Techniques of Business Ergonyms in Commercial Context. Exploring the Linguistic Landscape of Business Naming Practices in Durrës City. Interdisciplinary Journal of Research and Development. 2025. Vol. 12. № 3. 145 p. DOI: 10.56345/ijrdv12n317.

Информация об авторах

Меликян А.А., *кандидат филологических наук, доцент, доцент, ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Ростовская обл., г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1, anushmelikyan@mail.ru*

Овсепян К.А., *ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Ростовская обл., г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1, ovsepianxenia@yandex.ru*

© Меликян А.А., Овсепян К.А., 2026

Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки)
УДК 81'366.5
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-67-73

[1] Сагирьянц Е.С., [1] Метейко В.В. ***[1] Донской государственный технический университет***

Семантическая структура морфологических категорий русского языка: параметры самостоятельности и направленности отношений

Аннотация: *в статье представлен комплексный анализ морфологических категорий русского языка в аспекте семантических форм мышления с выделением двух ключевых параметров: степени самостоятельности отражаемого содержания и векторной направленности грамматического отношения (центростремительность / центробежность). Методологическая база опирается на труды А.В. Бондарко, В.В. Виноградова, А.А. Шахматова, а также на современные разработки в области теории грамматического поля и функционально-семантического подхода. Применяются методы компонентного анализа грамматической семантики, метод оппозиций. Научная новизна заключается в систематизации морфологических категорий по вектору направленности с последующей дифференциацией сложных категорий залога и наклонения. Впервые на материале русской грамматики последовательно разграничиваются категория объективной модальности (центростремительная) и категория субъективной модальности (центробежная) в рамках единой парадигмы наклонений. Установлено, что план содержания грамматической категории обладает минимальной степенью самостоятельности и реализуется исключительно в синкретичном единстве с лексическим значением. Выявлено, что только центростремительные категории являются основой подчинительных синтаксических отношений. Категория наклонения охарактеризована как синкретичная, объединяющая два разнонаправленных семантических вектора.*

Ключевые слова: *грамматическая категория, семантическая форма мышления, морфологическая парадигма, план содержания, центростремительность, центробежность, модальность, залог, лексико-грамматический разряд*

Для цитирования: Сагирьянц Е.С., Метейко В.В. Семантическая структура морфологических категорий русского языка: параметры самостоятельности и направленности отношений // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 67 – 73. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-67-73

Поступила в редакцию: 12 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Sagiryants E.S., [1] Meteyko V.V. ***[1] Don State Technical University***

Semantic structure of morphological categories in the Russian language: parameters of independence and vector orientation of relations

Abstract: *the article presents a comprehensive analysis of the morphological categories of the Russian language through the prism of semantic forms of thinking, highlighting two key parameters: the degree of independence of the reflected content and the vector orientation of grammatical relations (centripetal / centrifugal). The methodological framework draws on the works of A.V. Bondarko, V.V. Vinogradov, and A.A. Shakhmatov, as well as on contemporary developments in the theory of the grammatical field and the functional-semantic approach. The*

methods employed include component analysis of grammatical semantics and the method of oppositions. The scientific novelty lies in the systematization of morphological categories according to the vector of orientation, with subsequent differentiation of the complex categories of voice and mood. For the first time in Russian grammatical studies, the category of objective modality (centripetal) and the category of subjective modality (centrifugal) are consistently distinguished within a single mood paradigm. It is established that the plane of content of a grammatical category possesses a minimal degree of independence and is realized exclusively in syncretic unity with the lexical meaning. It is revealed that only centripetal categories serve as the foundation for subordinate syntactic relations. The category of mood is characterized as syncretic, combining two oppositely directed semantic vectors.

Keywords: *grammatical category, semantic form of thinking, morphological paradigm, plane of content, centripetal relations, centrifugal relations, modality, voice, lexico-grammatical class*

For citation: Sagiryants E.S., Meteyko V.V. Semantic structure of morphological categories in the Russian language: parameters of independence and vector orientation of relations. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 67 – 73. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-67-73

The article was submitted: April 12, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Проблема определения и описания грамматических категорий остаётся центральной задачей как традиционной лингвистики, так и современных функционально-семантических теорий. Грамматика в сущности сводится к описанию существующих в языке категорий [14, с. 12]. При этом грамматическая категория представляет собой не просто формальный инвентарь окончаний, но сложное диалектическое единство плана выражения (ряда противопоставленных морфологических форм) и плана содержания (обобщённого грамматического значения).

В современной русистике под грамматической (морфологической) категорией понимается система противопоставленных друг другу рядов грамматических форм с однородными значениями [9, с. 115]. Специфика грамматической категории заключается в обязательном наличии последовательно противопоставленных значений и опосредствующего значения как основы противопоставления [13, с. 13]. Таким образом, минимальным условием существования грамматической категории является бинарная оппозиция форм и значений.

Прежде чем перейти к анализу семантических параметров, необходимо терминологически разграничить понятия, которые в ряде лингвистических работ (в частности, восходящих к традиции А.А. Шахматова) неоправданно смешиваются.

Грамматическая (морфологическая) категория – это замкнутая система взаимоисключающих грамматических значений (граммем), задающая деление совокупности словоформ на непересекающиеся классы [11, с. 113]. Например, граммемы единственного и множественного числа образуют категорию числа; граммемы мужского, женского и среднего рода – категорию рода. Ключевым признаком грамматической категории является обязательность формального противопоставления: имя не может одновременно находиться в единственном и множественном числе; глагол не может одновременно быть в настоящем и прошедшем времени.

Лексико-грамматический разряд – это подкласс слов внутри определённой части речи, обладающий общим семантическим признаком, который влияет на способность слов выражать те или иные категориальные морфологические значения, но сам по себе не образует системы противопоставленных форм [1, с. 155, 4, с. 202]. Таковы, например, разряды конкретных / отвлечённых / вещественных / собирательных существительных, разряды качественных / относительных / притяжательных прилагательных, разряды переходных / непереходных глаголов.

Морфологические категории следует отличать от оппозиций лексико-грамматических разрядов. Вместе с тем важно установить общие закономерности связи между указанными разрядами и морфологическими категориями [1, с. 155]. Смешение этих понятий, восходящее к трудам А.А. Шахматова, который выделял «категорию вещественности» наряду с категориями рода и числа, создаёт терминологическую путаницу. В настоящей работе мы разграничиваем данные понятия и рассматриваем исключительно грамматические (морфологические) категории в собственном смысле слова.

Однако формально-структурное описание не исчерпывает сущности грамматической категории. Обращение к семантическим формам мышления позволяет выявить когнитивную природу грамматических значений и их роль в организации мыслительного содержания.

Цель настоящей статьи – проанализировать морфологические категории русского языка с точки зрения двух взаимосвязанных параметров: степени самостоятельности отражаемого содержания и направленности грамматического отношения (центростремительность / центробежность). Дополнительной задачей является разграничение понятий «грамматическая категория» и «лексико-грамматический разряд», что необходимо для терминологической точности исследования.

Под семантической формой мышления в данной работе понимается способ организации мысли, детерминированный спецификой грамматического строя конкретного языка. В отличие от универсальных логических форм, семантические формы вариативны и обусловлены исторически сложившейся системой грамматических оппозиций.

Семантическая форма, соответствующая грамматической категории, характеризуется по ряду параметров. Для целей настоящего исследования релевантны два из них: степень самостоятельности отражаемого содержания и направленность отношения между компонентами мысли (центростремительность / центробежность). Рассмотрим последовательно каждый из этих параметров.

Материалы и методы исследований

Материалом для исследования послужили морфологические парадигмы знаменательных частей речи современного русского литературного языка (имя существительное, имя прилагательное, глагол), представленные в академических грамматиках и словарях. Анализ проводился на основе общенаучных методов наблюдения, описания и обобщения. Специфика предмета исследования обусловила обращение к частным лингвистическим методам: методу компонентного анализа грамматической семантики (для выявления сем «единичность/множественность», «реальность/ирреальность», «активность/пассивность») и методу оппозиций (для установления бинарных противопоставлений центростремительных и центробежных категорий). При интерпретации материала учитывались положения теории грамматического поля и функционально-семантического подхода, разработанные в трудах А.В. Бондарко, В.В. Виноградова, М.А. Шелякина.

Результаты и обсуждения

План содержания грамматической категории – это общая идея отношения (например, идея времени, идея числа, идея падежа), которая не выражается грамматическими средствами в «чистом» виде, а всякий раз воплощается в конкретном грамматическом значении (граммеме).

Сравним три словоформы: читал, читаю, буду читать. Они совпадают в лексическом значении (идея чтения как процесса), но различаются грамматическими значениями времени: предшествование моменту речи, совпадение с ним, следование за ним. Общая идея времени как такового пронизывает все три значения, но не существует в языке отдельно от них.

Анализ показывает, что содержание грамматической категории лишено отдельности отражения. Оно не оформляется в виде особой (даже структурно несамостоятельной) единицы мышления – отдельного сегмента мысли, – а сливается в одной нерасчленённой когнитивной единице вместе с лексическим значением. В этом состоит коренное отличие грамматической семантики от лексической: лексическое значение способно формировать относительно самостоятельный концепт (например, концепт «дом»), тогда как грамматическое значение всегда «привязано» к лексическому носителю.

Данный тезис коррелирует с положением А.В. Бондарко о том, что грамматическая семантика неотделима от своей лексической «среды обитания» [2, с. 45]. Грамматическая категория характеризуется наименьшей (стремящейся к нулю) степенью самостоятельности отражаемого содержания.

Вторым важнейшим параметром, позволяющим классифицировать грамматические значения, является направленность семантического вектора по отношению к лексическому ядру словоформы. По данному параметру все морфологические категории подразделяются на две группы: центростремительные и центробежные. Центром семантической структуры слова при этом признаётся его лексическое значение.

Центростремительные категории отражают отношение, направленное от лексического значения другого (стержневого) слова к лексическому значению того слова, которому присуща данная грамматическая категория. Иными словами, грамматическая форма зависимого слова «притягивает» семантический вектор к своему лексическому значению, выявляя характер его связи со стержневым словом.

Категория падежа субстантивных слов – яркий пример центростремительной категории. В словосочетаниях письмо друга (родительный падеж) и письмо другу (дательный падеж) падежные грамматические значения зависимого слова друг выявляют различные отношения стержневого слова письмо к значению зави-

симого: в первом случае – отношение принадлежности, во втором – предназначенности. Семантический вектор направлен от письма к другу, а падежная форма служит индикатором типа этого отношения.

Категория объективной модальности (реализуемая формами изъявительного и сослагательного наклонений) также центростремительна. Она отражает отношение действительности / возможности обладания предмета, обозначенного подлежащим, предикативным признаком, названным в сказуемом. Вектор направлен от субъекта-подлежащего к признаку: он пришёл (реальное обладание признаком), он пришёл бы (потенциальное обладание признаком при условии).

Категория залога центростремительна, она выявляет отношение субъекта-подлежащего к действию / состоянию, названному глаголом-сказуемым (активное производство действия или пассивное его испытывание).

Центробежные категории отражают отношение, направленное от лексического значения слова вовне. При этом содержание, в сторону которого направлено отношение, может быть заключено в самой грамматической категории.

Категория числа существительных. Лексическое значение существительного отражает предмет как носителя определённого качества. Грамматическая форма числа центробежно направляет мысль на количественную реализацию этого качества – единичность (стол) или расчленённую множественность (столы). Семантика «единичная реальность» и «множественная реальность» заключена в самой категории числа.

Категория времени глагола. Лексическое значение глагола (читать, писать) не содержит темпоральной привязки. Грамматическая форма времени центробежно соотносит действие с абстрактной точкой отсчёта (моментом речи или иным событием) через граммемы настоящего, прошедшего и будущего.

Категория лица глагола. Лексическое значение действия уточняется через отношение его производителя к акту коммуникации: 1-е лицо (адресант), 2-е лицо (адресат), 3-е лицо (не-участник коммуникации).

Категория вида глагола. В лексическом значении глагола имплицитно содержится идея предела действия. Грамматическая категория вида центробежно выявляет отношение действия к этому пределу через граммемы совершенного вида (достижение предела) и несовершенного вида (процессуальность без указания на предел).

Категория степеней сравнения прилагательных и наречий. Отражение признака в лексическом значении слова центробежно направляется к отражению степени его проявления: положительная степень (типичная для данного класса предметов), сравнительная (бóльшая, чем у другого), превосходная (наибольшая в классе).

Категория субъективной модальности (реализуемая формами повелительного наклонения и транспонированными формами сослагательного) центробежна: отношение побуждения (стремление воплотить мысль о действии в действительность) направлено от глагола-сказуемого, к слову, обозначающему будущего производителя действия, а через него к самому производителю. Этим объясняется частое образование односоставных побудительных предложений (Подойди!), где объект побуждения присутствует в коммуникативной ситуации, но не вербализован. Сводная информация о категориях по параметру направленности представлена в таблице 1.

Таблица 1

Категории по параметру направленности.

Table 1

Categories by directionality parameter.

Центростремительные категории	**Центробежные категории**
Падеж существительных	Число существительных
Залог (субъектное отношение)	Время глагола
Объективная модальность (изъявительное и сослагательное наклонения)	Лицо глагола
	Число глагола
	Вид глагола
	Степени сравнения прилагательных и наречий
	Субъективная модальность (повелительное наклонение)

Только центростремительные категории могут быть основой подчинительных синтаксических отношений в предложении и словосочетании. При подчинительной связи одна единица поясняет другую, то есть

раскрывает отношение её содержания к своему собственному. Именно эту функцию и выполняет центростремительная грамматическая категория. Так, падежные значения выступают как атрибутивные, объектные и обстоятельственные синтаксические отношения (брат лётчика, читаю книгу, иду домой). Залоговые и объективно-модальные значения формируют объективный аспект предикативных отношений.

Наибольшую теоретическую сложность представляют глагольные категории залога и наклонения. Их анализ требует дифференциации семантических пластов, которые в традиционных описаниях нередко смешиваются.

Традиционная теория трёх залогов (действительного, страдательного и возвратно-среднего) объединяет два разнотипных семантических отношения: отношение предмета-подлежащего к действию (субъектное) и отношение действия к объекту (объектное).

С точки зрения семантических форм мышления, эти отношения должны быть разграничены как две самостоятельные категории.

Первая категория – собственно залог (центростремительная). Она выражает отношение субъекта-подлежащего к предикативному признаку и представлена двумя граммемами: действительный залог: отношение активного производства действия или пассивного носительства состояния (студент пишет, ребёнок спит). Свойствен всем глаголам, способным сочетаться с подлежащим.

Страдательный залог: отношение объекта к испытываемому им действию, совершаемому другим предметом (дом строится рабочими, книга прочитана). Свойствен только переходным глаголам.

Вторая категория – категория направленности действия (центробежная). Она характерна лишь для переходных глаголов и реализуется в рамках действительного залога. Здесь выделяются два грамматических значения:

Прямая направленность: действие переходит на внешний объект (читать книгу, писать письмо).

Обратная направленность: действие тем или иным образом затрагивает сам производящий предмет. Внутри этого значения различаются оттенки: собственно-возвратное (умываться), косвенно-возвратное (строиться – строить для себя), общевозвратное (радоваться), взаимно-возвратное (встречаться, переписываться), активно-безобъектное / обобщённо-прямое (собака кусается = способна кусать любого).

Такое разграничение устраняет логическую неоднородность традиционной залоговой классификации и позволяет непротиворечиво описать семантическую структуру глагольных форм.

В парадигме глагола формы наклонения объединяют два разнородных семантических отношения, что делает данную категорию уникальной в морфологической системе русского языка.

Объективная модальность (центростремительная) представлена формами изъявительного и сослагательного наклонений в их первичных функциях. Они выражают отношение обладания / необладания предметом предикативного признака в реальной действительности (Он пришёл) или в потенциальном мире условий (он пришёл бы, если бы был свободен). Это содержание отражает объективные связи, существующие в самой действительности (реальность / ирреальность действия). Семантический вектор направлен от субъекта-подлежащего к признаку, выраженному в сказуемом.

Субъективная модальность (центробежная) представлена формами повелительного наклонения, а также транспонированными формами сослагательного наклонения со значением смягчённого побуждения или пожелания (Пришёл бы ты завтра!). Данная категория выражает коммуникативную переустановку автора – особое отношение между мыслью и объективной реальностью, устанавливаемое самим говорящим. Семантический вектор направлен от лексического значения глагола (желаемого действия) к волевому акту воздействия на адресата с целью побуждения к изменению действительности.

Таким образом, категория наклонения представляет собой синкретичное образование, в рамках которого сосуществуют две разнонаправленные семантические категории: объективная модальность (центростремительная) и субъективная модальность (центробежная). Их объединение в одной парадигме словоизменения объясняется историческим развитием глагольной системы и функциональной близостью выражаемых отношений (и те, и другие связаны с соотнесённостью высказывания с действительностью).

Применение параметров самостоятельности и направленности не должно создавать иллюзии жёсткой, непроницаемой классификации. Как показывает теория грамматического поля, разработанная в советской лингвистике (Г.С. Щур, А.В. Бондарко, В.Г. Адмони), в каждом лексико-грамматическом классе слов имеются ядерные единицы, в полной мере обладающие признаками данной части речи / категории, и периферийные единицы, которые обладают не всеми отличительными признаками и могут быть близки другим классам.

Применительно к анализируемым категориям это означает, что центростремительность падежа наиболее ярко проявляется у существительных в атрибутивных и объектных синтаксических позициях, но ослабля-

ется в обстоятельственных употреблениях; центробежность времени наиболее отчётлива у глаголов конкретного физического действия и менее выражена у стативных и модальных глаголов; объективная модальность изъявительного наклонения может приобретать субъективные оттенки в контексте (так называемое «изъявительное в значении повелительного»: Пошёл вон!), что демонстрирует подвижность границ между выделенными семантическими типами.

Выводы

Проведённый анализ позволяет сформулировать выводы, что план содержания грамматической (морфологической) категории характеризуется минимальной, стремящейся к нулю степенью самостоятельности. Общая идея отношения (времени, числа, падежа и т.д.) не существует в языке изолированно, а всякий раз реализуется в конкретном грамматическом значении, сливаясь в едином когнитивном сегменте с лексическим значением слова.

По параметру «направленность отношения» все морфологические категории подразделяются на центростремительные (падеж, объективная модальность, залог в узком смысле) и центробежные (число, время, лицо, вид, степени сравнения, субъективная модальность).

Только центростремительные категории выступают основой подчинительных синтаксических отношений, поскольку именно они выявляют связь содержания стержневого слова с содержанием зависимого.

Категории залога и наклонения требуют дифференцированного подхода. В сфере залоговых отношений необходимо разграничивать собственно залог (центростремительное отношение субъекта к действию) и категорию направленности действия (центробежное отношение действия к объекту). В сфере наклонения наблюдается синкретизм объективной модальности (центростремительной) и субъективной модальности (центробежной).

Полученная классификация не является абсолютно жёсткой: в рамках теории грамматического поля выделяются ядерные и периферийные реализации каждой категории, а также переходные (синкретичные) зоны между ними.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с применением выделенных параметров к анализу синтаксических категорий (предикативности, модальности предложения, актуального членения) и с сопоставительным изучением семантических форм мышления в разноструктурных языках.

Список источников

1. Бондарко А.В. Теория морфологических категорий. Л.: Наука, 1976. 255 с.
2. Бондарко А.В. Теория функциональной грамматики: Введение. Аспектуальность. Временная локализованность. Таксис. М.: УРСС, 2001. 348 с.
3. Вахнина Т.П., Иванова О.В. и др. Современный русский язык: учебник для вузов / под ред. Д.Э. Розенталя. М.: Айрис-пресс, 2004. 448 с.
4. Виноградов В.В. Русский язык (Грамматическое учение о слове). М.: Высшая школа, 1972. 614 с.
5. Гвоздев А.Н. Современный русский литературный язык. Ч. 1: Фонетика и морфология. М.: Учпедгиз, 1958. 407 с.
6. Грамматика русского языка: В 2 т. / редкол.: В.В. Виноградов, Е.С. Истрина, С.Г. Бархударов. М.: Изд-во АН СССР, 1953. Т. 1. 720 с.
7. Золотова Г.А., Онипенко Н.К., Сидорова М.Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. М.: Ин-т рус. яз. РАН, 2004. 544 с.
8. Исаченко А.В. Грамматический строй русского языка в сопоставлении с словацким. Морфология. Братислава: Изд-во Словацкой АН, 1965. Ч. 1. 386 с.
9. Лопатин В.В. Грамматическая категория // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 115 – 116.
10. Матвеева Т.В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М.: Флинта: Наука, 2003. 432 с.
11. Плунгян В.А. Общая морфология: Введение в проблематику. М.: УРСС, 2003. 384 с.
12. Рыжова И.Н. О понятии «грамматическая категория» // Актуальные вопросы филологических наук: материалы I Международной научной конференции. Чита, ноябрь 2011 года. Чита: Молодой учёный, 2011. С. 114 – 116.
13. Шелякин М.А. Функциональная грамматика русского языка. М.: Русский язык, 2001. 288 с.
14. Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку. М.: Учпедгиз, 1957. 188 с.
15. Щур Г.С. Теория поля в лингвистике. М.: Наука, 1974. 256 с.

References

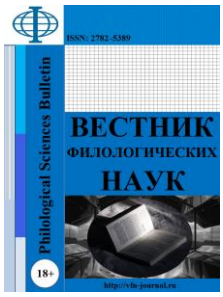
1. Bondarko A.V. Theory of morphological categories. L.: Nauka, 1976. 255 p.
2. Bondarko A.V. The theory of functional grammar: An introduction. Aspectuality. Temporal locality. A taxi. M.: URSS, 2001. 348 p.
3. Vakhnina T.P., Ivanova O.V. et al. Modern Russian: a textbook for universities. Ed. D.E. Rosenthal. M.: Iris-press, 2004. 448 p.
4. Vinogradov V.V. Russian language (Grammatical study of the word). M.: Higher school, 1972. 614 p.
5. Gvozdev A.N. Modern Russian literary language. Ch. 1: Phonetics and morphology. M.: Uchpedgiz, 1958. 407 p.
6. Grammar of the Russian language: In 2 volumes. Ed.: V.V. Vinogradov, E.S. Istrina, S.G. Barkhudarov. M.: Izd-vo AN USSR, 1953. Vol. 1. 720 p.
7. Zolotova G.A., Onipenko N.K., Sidorova M.Yu. Communicative grammar of the Russian language. M.: In-t rus. spring. RAS, 2004. 544 p.
8. Isachenko A.V. The grammatical structure of the Russian language in comparison with Slovak. Morphology. Bratislava: Izd-vo Slovacskoy AN, 1965. Ch. 1. 386 p.
9. Lopatin V.V. Grammatical category. Linguistic encyclopedic dictionary. chap. ed. V.N. Yartseva. M.: Sovetskaya entsiklopediya, 1990. P. 115 – 116.
10. Matveeva T.V. Educational dictionary: Russian language, culture of speech, stylistics, rhetoric. M.: Flint: Nauka, 2003. 432 p.
11. Plungyan V.A. General morphology: An introduction to problems. M.: URSS, 2003. 384 p.
12. Ryzhova I.N. On the concept of "grammatical category". Actual questions of philological sciences: materials of the I International Scientific Conference. Chita, November 2011. Chita: Young Scientist, 2011. P. 114 – 116.
13. Shelyakin M.A. Functional grammar of the Russian language. M.: Russian language, 2001. 288 p.
14. Shcherba L.V. Selected works on the Russian language. M.: Uchpedgiz, 1957. 188 p.
15. Shur G.S. Field theory in linguistics. M.: Nauka, 1974. 256 p.

Информация об авторах

Сагирьянц Е.С., *старший преподаватель кафедры «Документоведение и языковая коммуникация», Донской государственный технический университет (ДГТУ), sagiryants@mail.ru*

Метейко В.В., *старший преподаватель кафедры «Документоведение и языковая коммуникация», Донской государственный технический университет (ДГТУ), valeria6465@mail.ru*

© Сагирьянц Е.С., Метейко В.В., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.2. Литературы народов мира (филологические науки)
УДК 821.111.09
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-74-81

[1] Молодинская В.А. ***[1] Санкт-Петербургский государственный университет***

Интердискурсивность в новеллах Р.Л. Стивенсона: механизмы ассимиляции и критического переосмысления нелитературных дискурсов

Аннотация: *в статье исследуется феномен интердискурсивности как структурообразующий принцип новеллистики Р.Л. Стивенсона. На материале произведений «Странная история доктора Джекила и мистера Хайда» (1886) и тихоокеанского цикла анализируются механизмы включения, трансформации и художественной ревизии медицинских, криминологических, юридических, пространственно-картографических и колониально-этнографических дискурсов викторианской эпохи. Выявлено, что интердискурсивность выполняет у Стивенсона не орнаментальную, а критически-деконструктивную функцию: жанровые формы готики, авантюрного романа и травелога становятся инструментами дискурсивного демонтажа официальных идеологических нарративов. В «Докторе Джекиле» показано, что нарратив одновременно задействует медицинский, криминологический, юридический и урбанистический дискурсы, доводя каждый из них до саморазоблачения; в тихоокеанских новеллах дискурс политической экономии и свободной торговли обнажается как структурная основа колониального насилия. Металитературное измерение интердискурсивности раскрывается через полемику Стивенсона с Генри Джеймсом о соотношении романтики и реализма как конкурирующих дискурсивных стратегий: художественная форма утверждается как эпистемологически более адекватный инструмент познания, нежели дискурс научной документации.*

Ключевые слова: *интердискурсивность, Стивенсон, викторианская литература, fin de siècle, теория двойного мозга, юридический дискурс, городская картография, колониальный дискурс, политическая экономия*

Для цитирования: Молодинская В.А. Интердискурсивность в новеллах Р.Л. Стивенсона: механизмы ассимиляции и критического переосмысления нелитературных дискурсов // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 74 – 81. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-74-81

Поступила в редакцию: 12 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Molodinskaya V.A. ***[1] Saint Petersburg State University***

Interdiscursivity in R.L. Stevenson's novellas: mechanisms of assimilation and critical reinterpretation of non-literary discourses

Abstract: *the article examines interdiscursivity as a structural and critical principle of R.L. Stevenson's novellas. Drawing on Strange Case of Dr Jekyll and Mr Hyde (1886), The Beach of Falesá (1892), and The Ebb-Tide (1894), it analyses the mechanisms of inclusion, transformation, and artistic revision of medical, criminological, juridical, urban-spatial, colonial-ethnographic, and political-economic discourses of the Victorian era. The study establishes that interdiscursivity functions not ornamentally but as a deconstructive instrument at both the macro-level of discourse*

formations (Fairclough, Foucault) and the micro-level of heteroglossic negotiation (Bakhtin). In Jekyll and Hyde, four discursive registers (medical, criminological, juridical, and urban-cartographic) are each mobilised and each exposed as epistemologically insufficient. In the Pacific tales, the colonial cultural discourse is deconstructed through the lens of Scottish historical memory, while the political economy of free trade is revealed as structurally inseparable from colonial violence through the figure of Attwater in The Ebb-Tide. The metaliterary dimension of this practice is grounded in Stevenson's 1884 polemic with Henry James, in which he defends the romance form as epistemologically superior to realism precisely because its acknowledged artifice enables critical scrutiny of the discourses that realistic fiction unwittingly reproduces.

Keywords: *interdiscursivity, Stevenson, Victorian literature, fin de siècle, double brain theory, juridical discourse, urban cartography, colonial discourse, political economy*

For citation: Molodinskaya V.A. Interdiscursivity in R.L. Stevenson's novellas: mechanisms of assimilation and critical reinterpretation of non-literary discourses. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 74 – 81. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-74-81

The article was submitted: April 12, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Феномен взаимодействия художественного текста с нелитературными системами знания занимает одно из центральных мест в современной нарратологии и дискурс-анализе. Понятие интердискурсивности, разработанное в рамках критической лингвистики Н. Фэрклафа и опирающееся на фукольдианскую концепцию дискурсивных формаций, обозначает включение, трансформацию и полемическое переосмысление конвенций одного дискурса внутри другого [3]. В отличие от интертекстуальности, акцентирующей межтекстовые литературные связи, интердискурсивность ориентирована на взаимодействие разнородных практик (научной, юридической, медицинской, колониальной, экономической) в пространстве единого художественного произведения.

Проза Роберта Луиса Стивенсона (1850–1894) являет исключительно продуктивный материал для подобного анализа. Стивенсон творил в период острого эпистемологического напряжения: позитивистские притязания науки вступали в конфликт с традиционными морально-религиозными системами, колониальный проект переживал кризис легитимации, а жанровые системы литературы претерпевали интенсивную трансформацию. В этих условиях его новеллы представляют собой не пассивное зеркало культурного момента, но активную дискурсивную интервенцию, использующую жанровые формы популярной литературы для критического испытания официальных нарративов [1]. Цель настоящей статьи – выявить механизмы интердискурсивности в новеллистике Стивенсона и показать, каким образом ассимиляция медицинских, криминологических, юридических, урбанистических и колониально-этнографических дискурсов преобразуется в инструмент их художественной деконструкции.

Материалы и методы исследований

Теоретической базой исследования служат концепции Н. Фэрклафа, разграничивающего интертекстуальность (ссылки на конкретные тексты) и интердискурсивность (артикуляцию различных типов дискурса) [3], а также положения М. Фуко о дискурсивных формациях как механизмах «власти – знания» [4]. Применительно к литературному тексту интердискурсивный анализ исследует, каким образом нарратив воспроизводит, деформирует и критически переоценивает такие дискурсивные практики, как физиологический трактат, медицинский случай, юридический документ, этнографическое описание или имперский травелог.

Наряду с фэрклафовской моделью, преимущественно ориентированной на макроуровень дискурсивных формаций, в настоящем исследовании применяется концепция гетероглоссии М.М. Бахтина [15], позволяющая описывать процессы интердискурсивного взаимодействия на микроуровне текста. Бахтинская теория «разноречия» акцентирует внимание на том, что каждое высказывание содержит в себе многоголосие конкурирующих языков и точек зрения, ни одна из которых не является окончательно авторитетной. Применение этой оптики к прозе Стивенсона позволяет фиксировать не только вхождение чужого дискурса в нарратив, но и конкретные речевые механизмы его деформации: иронический сдвиг, пародийное преувеличение, стилистический слом, переключение регистра. Сочетание макроаналитического инструментария Фэрклафа и Фуко с микроаналитическим бахтинским подходом позволяет описать интердискурсивность Стивенсона в её полном двухуровневом измерении.

Материалом исследования послужили новеллы «Странная история доктора Джекила и мистера Хайда» (1886) [13], «Берег Фалеза» (1892), «Отлив» (1894) [12], а также эссеистика писателя, в том числе «Скромное возражение» (1884) [17]. Для анализа привлекаются научные труды, циркулировавшие в британской интеллектуальной среде 1870–1890-х годов: работы по нейрофизиологии [6], криминальной антропологии [8] и колониальному дискурсу [11]. Методологически работа сочетает критический дискурс-анализ, жанрологию и культурно-историческое литературоведение.

Специфика стивенсоновской интердискурсивности состоит в двуслойности стратегии: на поверхностном уровне тексты Стивенсона отвечают читательским ожиданиям популярного жанра: готики, авантюрного романа, тогда как на глубинном деконструируют официальные идеологические нарративы, ради критики которых, по существу, и осуществляется жанровый выбор. Именно эта двуслойность обеспечивает эффект одновременного «доставления удовольствия» массовому читателю и трансляции ему радикально-критических дискурсов, которые в противном случае остались бы уделом академического круга.

Результаты и обсуждения

1. Медицинский и криминологический дискурс в «Странной истории доктора Джекила и мистера Хайда»

Наиболее детально изученным примером интердискурсивности у Стивенсона остаётся новелла «Странная история доктора Джекила и мистера Хайда» (1886). Её художественная архитектура строится на диалоге с несколькими научными дискурсами, циркулировавшими в британской культуре 1870–1880-х годов.

Центральной научной матрицей произведения служит концепция «двойного мозга» (double brain theory), разрабатывавшаяся физиологами У. Брауном, А. Уганом и Д. Феррием. В академическом варианте теория допускала функциональную независимость левого и правого полушарий; в своих наиболее радикальных версиях она открывала возможность сосуществования в одном теле двух самостоятельных личностей [6]. Стивенсон переводит эту гипотезу из плоскости физиологической дискуссии в пространство художественного мысленного эксперимента: его Джекил, выступая одновременно носителем и жертвой раздвоения, артикулирует собственную катастрофу на языке современной ему науки, что придаёт нарративу характер внутренней полемики с дискурсом, а не его иллюстрации.

Принципиально важно, что Стивенсон не воспроизводит, а радикализирует научную модель, доводя её до художественного абсурда. Если физиология лишь гипотетически допускала автономию полушарий, то текст новеллы осуществляет их полное и необратимое разобщение: метафорическую операцию, превращающую теоретическую возможность в нарративную неизбежность. Через этот манёвр Стивенсон обнажает скрытые импликации дискурса: доведённая до логического предела, теория двойного мозга оборачивается не медицинским открытием, но крахом субъективности и моральной катастрофой. Таким образом, научный дискурс используется как инструмент собственного саморазоблачения.

Параллельно медицинскому Стивенсон осваивает криминологический дискурс, опираясь на типологию «преступного человека» Ч. Ломброзо [8]. Образ Хайда насыщен атрибутами ломброзианского атависта: телесные аномалии, архаичный аффективный тип реакций, трудноопределимая расовая принадлежность. Однако интердискурсивная стратегия Стивенсона здесь приобретает инверсивный характер: Хайд не является самостоятельным субъектом, пришедшим извне, он продукт химического эксперимента самого Джекила, его вытесненное желание. Тем самым нарратив переворачивает ломброзианскую логику: источник опасности локализован не в «примитивном другом», но в самом цивилизованном субъекте, в механизме его нормативного самоподавления [10]. Джекил оказывается более опасен, нежели Хайд, поскольку именно рационализированный контроль создаёт условия для неконтролируемого высвобождения вытесненного.

Интердискурсивность в «Докторе Джекиле» реализуется и на уровне жанровой формы. Нарратив включает элементы «клинического случая» (case study): экспертные заключения, протокольный стиль описаний, квазинаучную риторику. Однако Стивенсон использует эти конвенции пародийно, чтобы продемонстрировать риторическую несостоятельность научного языка перед лицом изображаемых событий. Рационалистический дискурс неизменно запаздывает, объясняет post factum и оказывается неспособен ни предотвратить катастрофу, ни адекватно описать её моральное измерение. В этом разрыве художественная форма утверждается как эпистемологически более богатый инструмент познания, нежели научная проза.

2. Юридический дискурс и документальная архитектура новеллы

Самостоятельным дискурсивным пластом «Доктора Джекила», не сводимым ни к медицинской, ни к криминологической проблематике, является юридический дискурс, воплощённый в фигуре главного нарратора, поверенного Аттерсона. Профессия Аттерсона принципиальна: именно юридическое сознание задаёт когнитивный горизонт большей части повествования. Всё воспринятое им фильтруется через категории права: законности завещания, доказательной силы показаний, юридически удостоверенной личности. Обнаруживая в завещании Джекила пункт о передаче состояния некоему Хайду, Аттерсон испытывает прежде всего профессиональный ужас: документ, призванный упорядочивать наследственные отношения, оказывается орудием перераспределения собственности в пользу субъекта с непрозрачным правовым статусом. Завещание нарушает не только нравственный, но и юридический порядок, и именно это нарушение запускает активность сыщика-нарратора.

Показательно, что сама архитектура текста организована как собрание юридически значимых документов: первая рукопись представляет собой рассказ очевидца, имеющий силу свидетельского показания; письмо доктора Лэньона воспроизводит жанр нотариально запечатанного завещательного распоряжения; «Полное изложение» Джекила функционирует как посмертная исповедь-признание, адресованная выжившим. Всё это конвенциональные формы юридического и квазиюридического дискурса. Стивенсон, однако, использует их, чтобы продемонстрировать предел права: документы накапливаются, но суд оказывается невозможен: не просто потому, что Джекил мёртв, а потому что онтологическая двойственность личности не имеет правовой категории. Право предполагает единство субъекта как условие вменяемости; там, где субъект раздвоен, юридический дискурс теряет почву. Так в третий раз, после медицины и криминологии, ещё одна официальная дискурсивная система обнажает собственную несостоятельность перед лицом художественно воображённого кризиса субъективности [14].

3. Викторианская городская картография как дискурс пространственного контроля

Параллельно институциональным дискурсам Стивенсон работает с языком викторианской урбанистики – дискурсом пространственной классификации Лондона, активно развивавшимся в 1880-е годы по мере распространения социальных исследований городской нищеты [19]. В публицистике этого периода (А. Мирнс «Отверженные Лондона», 1883; первые тома Чарльза Бута) город описывается как система чётко разграниченных моральных зон: респектабельные кварталы Вест-Энда противостоят трущобным районам Ист-Энда и Сохо, населённым опасными, нерасшифровываемыми субъектами. Это пространственное разграничение не просто топографично, оно идеологично: зональность города служит зримым доказательством того, что порок и добродетель имеют природные ареалы обитания.

Стивенсон заимствует эту пространственную риторику, адрес Хайда в Сохо описан языком именно такого обследовательского дискурса: район «многоэтажных доходных домов», «сомнительного населения», туманных улиц. Однако он радикально переворачивает её причинно-следственную логику. Хайд обитает в Сохо не потому, что он там рождён или социально ему принадлежит, а потому что Джекил намеренно снял ему там квартиру, сам же оставаясь в своём респектабельном особняке на Кавендиш-сквер. Более того, «задняя дверь» лаборатории Джекила выходит на ту самую подозрительную улицу: то есть оба адреса принадлежат одному строению. Пространственная топография, которую викторианский дискурс использовал для разграничения норматива и патологии, у Стивенсона обнаруживает свою произвольность: «опасная» зона не предшествует субъекту, но конструируется им самим. Респектабельная часть города не отделена от своей теневой изнанки, а производит и поддерживает её, нуждаясь в ней для собственного самовоспроизводства.

4. Колониальный и этнографический дискурс в тихоокеанских новеллах

Иное измерение стивенсоновской интердискурсивности открывается в тихоокеанской прозе, созданной в период жизни писателя на Самоа (1890–1894). Новеллы «Берег Фалеза» (1892) и «Отлив» (1894) принципиально расходятся с современной им приключенческой литературой степенью политической и этической рефлексии.

Господствующий колониальный дискурс второй половины XIX века конструировал туземца через систему устойчивых бинарных оппозиций: цивилизованный/дикий, исторический/доисторический, разумный/иррациональный. Эти оппозиции обеспечивали идеологическую легитимацию колониального проекта, превращая подчинение в цивилизаторскую миссию [11]. Стивенсон последовательно размывает их, прибегая к оригинальному интердискурсивному приёму: он вводит дискурс шотландской исторической памяти для переосмысления положения полинезийцев. Шотландские горцы, пережившие систематическое разрушение традиционного уклада «чуждой властью», становятся дискурсивным мостом, позволяющим гуманизировать и политизировать образ туземца, которого имперский нарратив неизменно помещал в категорию «природного».

Этот приём функционирует на нескольких уровнях. Во-первых, он деконструирует расовое основание колониального дискурса: механизмы угнетения, задокументированные в европейской истории, оказываются тождественны колониальным практикам на Тихом океане, что лишает расовую риторику её объяснительной силы. Во-вторых, апелляция к шотландскому опыту наделяет критику личной и культурной аутентичностью, недостижимой в рамках абстрактного гуманизма. Тем самым Стивенсон переводит этнографический дискурс из плоскости расового превосходства в плоскость политической несправедливости.

На нарративном уровне «Берег Фалеза» деконструирует конвенции авантюрного романа, смещая фокус с экзотики приключения на экономические механизмы эксплуатации и нравственную деградацию европейского торговца [7]. Протагонист Уилтшир проходит путь от носителя колониальных предрассудков к субъекту, способному на этическую рефлексию. Это трансформация, осуществляемая через столкновение с реальностью, которую официальный дискурс системно замалчивает.

Существенную роль в тихоокеанских новеллах играет концептуализация океанского пространства. В отличие от американского фронтьеризма, декларировавшего «манифест судьбы» как обоснование колониального освоения, океан у Стивенсона функционирует как гетеротопия в смысле М. Фуко [5], то есть лиминальное пространство, где господствующие нормативные порядки приостанавливаются или инвертируются. Это обнажает скрытую жестокость цивилизации, лишённой институциональных механизмов самоконтроля: тихоокеанское пространство становится не точкой выполнения предначертания, но «моральным рубежом», проявляющим самые мрачные стороны европейского проекта.

5. Дискурс политической экономии и свободной торговли в «Отливе»

Если «Берег Фалеза» ставит в центр дискурс культурной и расовой идеологии, то в «Отливе» (1894) на первый план выдвигается иная дискурсивная матрица – политическая экономия свободной торговли, служившая в викторианскую эпоху важнейшим идеологическим оправданием колониального коммерческого присутствия [16]. Три деградировавших белых скитальца Херрик, Дэвис и Хьюиш олицетворяют изнанку триумфального нарратива о «предпринимательском духе», который британская коммерческая пропаганда помещала в основу имперской экспансии. Нарратив не позволяет им ни героизировать, ни демонизировать: они не злодеи и не жертвы, но структурные отбросы экономической системы, из которой они выпали, не будучи достаточно безжалостны для её требований.

Ключевой фигурой интердискурсивного столкновения в «Отливе» является Аттуотер, торговец жемчугом, соединяющий в своём дискурсе два, казалось бы, полярных регистра: кальвинистскую теологию предопределения и логику коммерческой рациональности. Его насилие неизменно описывается в терминах деловой необходимости; его расправы над рабочими обоснованы языком «эффективного управления»; его религиозный язык придаёт экономическому отбору характер провиденциального предначертания. Стивенсон через эту фигуру устанавливает структурный изоморфизм между доктриной избранничества и доктриной рыночного выживания, показывая, что колониальный капитализм требует теологической санкции не случайно, а потому что обе системы функционируют по единой логике: ресурс достаётся тому, кто уже объявлен избранным. Таким образом, интердискурсивная стратегия в «Отливе» направлена на обнажение теологических корней коммерческой идеологии, официально провозглашавшей себя рациональной и светской.

В этом контексте три деградировавших скитальца становятся не просто антигероями, но критическим зеркалом той системы, которая их произвела: их несостоятельность не личная неудача, а функциональный результат механизма, предполагающего массовое исключение как условие существования узкой группы «избранных» агентов. Нарратив лишает коммерческий дискурс его нейтральности: экономическое исключение оказывается не периферией, но структурным принципом системы.

6. Металитературное измерение: интердискурсивность как осознанная творческая программа

Интердискурсивность у Стивенсона неотделима от его профессиональной саморефлексии. В эссе «Письмо молодому джентльмену, намеревающемуся посвятить себя искусству» (1888) и в переписке писатель формулирует программу, вступающую в полемику одновременно с эстетизмом и с моралистическим утилитаризмом. Стивенсон разделяет бодлеровский тезис о необходимости дистанцирования от буржуазного коммерческого рынка [2], однако вводит принципиальную поправку: требование «доставлять удовольствие» (giving pleasure) есть не компромисс с рынком, но инструментальная стратегия. Доступность популярных жанров обеспечивает широкий социальный охват для радикально-критических дискурсов, которые в противном случае остались бы уделом академического круга [9].

Наиболее развёрнутое теоретическое обоснование этой позиции содержится в «Скромном возражении» (1884) [17], эссе, написанном как прямой ответ на статью Генри Джеймса «Искусство прозы» [18] того же года. Джеймс, отстаивая принципы реалистической литературы, утверждал, что роман обязан «передавать впечатление жизни» с максимальной документальной точностью, тем самым претендуя на дискурсивный авторитет, сопоставимый с авторитетом социальной науки. Стивенсон возразил, что этот реалистический проект предполагает ложную транспарентность: стремясь воспроизвести жизнь, реалистическая проза неизбежно усваивает идеологические рамки тех самых дискурсов, которые конструируют «наблюдаемую реальность». Иными словами, реализм, не осознавая этого, воспроизводит дискурсы власти под видом нейтральной документации.

В противовес этому Стивенсон обосновывал эпистемологическое превосходство романтики: поскольку роман-романтика открыто заявляет о своей условности, он свободен от претензии на прозрачность и может работать с дискурсами нелитературного поля критически, не воспроизводя их, но испытывая, деформируя, доводя до саморазоблачения. Из этого следует, что интердискурсивность является не только аналитической категорией для описания текстов Стивенсона, но и сознательным творческим принципом. Искусство призвано не иллюстрировать и не популяризировать науку, но критически её испытывать, используя эмоциональную и воображаемую гибкость художественной формы как эпистемологическое преимущество перед ограничениями научной прозы. Именно это теоретическое самосознание отличает интердискурсивную практику Стивенсона от простого энциклопедизма: усваивая внешние дискурсы, художник не следует им, но превращает их в материал для критической художественной переработки.

Выводы

Проведённый анализ позволяет утверждать, что интердискурсивность в новеллистике Стивенсона выполняет фундаментальную структурообразующую и критическую функцию. Писатель использует жанровые формы готики, авантюрного романа и травелога в качестве проводников для внедрения в массовую читательскую аудиторию критических дискурсов, деконструирующих официальные идеологические нарративы его эпохи.

В «Докторе Джекиле и мистере Хайде» интердискурсивная стратегия охватывает четыре взаимодополняющих регистра: медицинский, криминологический, юридический и пространственно-урбанистический. Каждый из них вводится в нарратив как авторитетная система классификации, и каждый доводится до саморазоблачения, обнаруживая неспособность описать ту онтологическую реальность, на познание которой он претендует. Параллельно, через четырёхслойную провальность этих дискурсов, нарратив утверждает художественную форму как единственный инструмент, сохраняющий эпистемологическую адекватность. В тихоокеанских новеллах тот же принцип применяется к колониальному дискурсу: через аналогию с шотландской исторической памятью Стивенсон деконструирует его культурно-расовые основания, а через анализ политической экономии и коммерческой теологии Аттуотера – его экономические механизмы. Металитературное измерение этой практики, выраженное в полемике с Генри Джеймсом, утверждает принципи-

альное эпистемологическое преимущество романтики перед реализмом именно потому, что романтика не маскирует свою условность под документальную прозрачность.

Выявленные механизмы позволяют рассматривать Стивенсона как одного из ключевых представителей критической прозы fin de siècle, чья интердискурсивная практика предвосхищает деконструктивные стратегии последующей литературы, в частности, ту дискурсивную критику колониального нарратива, которую развернёт Дж. Конрад в «Сердце тьмы» (1899): там тот же нарративный механизм (рассказчик-свидетель, документальная рамка, постепенное обнажение лжи цивилизаторского дискурса) будет доведён до ещё более радикальных пределов. Стивенсон, таким образом, занимает место не только завершителя викторианской традиции популярного романа, но и инициатора той линии критической прозы, которая оспаривает авторитет любого официального нарратива изнутри его же жанровых конвенций. Новеллы Стивенсона функционируют как сложные культурные артефакты, в которых популярный жанр и концептуальная глубина не противостоят друг другу, но образуют единую критическую стратегию, методологически актуальную для современного дискурс-анализа литературы.

Список источников

1. Arata S. Fictions of Loss in the Victorian Fin de Siècle. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 231 p.

2. Baudelaire Ch. Conseils aux jeunes littérateurs // Oeuvres complètes: in 2 vol. / Ed. by C. Pichois. Paris: Gallimard (Bibliothèque de la Pléiade), 1975. Vol. 2. P. 13 – 17.

3. Fairclough N. Discourse and Social Change. Cambridge: Polity Press, 1992. 272 p.

4. Foucault M. L'Archéologie du savoir. Paris: Gallimard, 1969. 275 p.

5. Foucault M. Des espaces autres // Architecture, Mouvement, Continuité. 1984. № 5. P. 46 – 49.

6. Harrington A. Medicine, Mind and the Double Brain: A Study in Nineteenth-Century Thought. Princeton: Princeton University Press, 1987. 300 p.

7. Linehan K. Taking Up with Kanakas: Stevenson's Complex Social Criticism in «The Beach of Falesá» // English Literature in Transition. 1880–1920. 1995. Vol. 38. № 4. P. 407 – 422.

8. Lombroso C. L'uomo delinquente: studiato in rapporto all'antropologia, alla medicina legale ed alle discipline carcerarie. Milano: Hoepli, 1876. 255 p.

9. McLynn F. Robert Louis Stevenson: A Biography. London: Hutchinson, 1993. 567 p.

10. Mighall R. A Geography of Victorian Gothic Fiction: Mapping History's Nightmares. Oxford: Oxford University Press, 1999. 303 p.

11. Pratt M.L. Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation. London; New York: Routledge, 1992. 257 p.

12. Stevenson R.L. South Sea Tales / Ed. and introd. by R. Jolly. Oxford: Oxford University Press, 1996. 266 p.

13. Stevenson R.L. The Strange Case of Dr Jekyll and Mr Hyde and Other Tales / Ed. by R. Luckhurst. Oxford: Oxford University Press, 2008. 229 p.

14. Veeder W., Hirsch G. (eds.) Dr Jekyll and Mr Hyde After One Hundred Years. Chicago: University of Chicago Press, 1988. 263 p.

15. Bakhtin M.M. The Dialogic Imagination: Four Essays / Ed. by M. Holquist; transl. by C. Emerson, M. Holquist. Austin: University of Texas Press, 1981. 444 p.

16. Edmond R. Representing the South Pacific: Colonial Discourse from Cook to Gauguin. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. 284 p.

17. Stevenson R.L. A Humble Remonstrance // Memories and Portraits. London: Chatto & Windus, 1887. P. 275 – 293.

18. James H. The Art of Fiction // Longman's Magazine. 1884. Vol. 4. № 23. P. 502 – 521.

19. Walkowitz J.R. City of Dreadful Delight: Narratives of Sexual Danger in Late-Victorian London. Chicago: University of Chicago Press, 1992. 353 p.

References

1. Arata S. Fictions of Loss in the Victorian Fin de Siècle. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 231 p.

2. Baudelaire Ch. Conseils aux jeunes littérateurs. Oeuvres complètes: in 2 vols. / Ed. by C. Pichois. Paris: Gallimard (Bibliothèque de la Pléiade), 1975. Vol. 2. P. 13 – 17.

3. Fairclough N. Discourse and Social Change. Cambridge: Polity Press, 1992. 272 p.

4. Foucault M. L'Archéologie du savoir. Paris: Gallimard, 1969. 275 p.

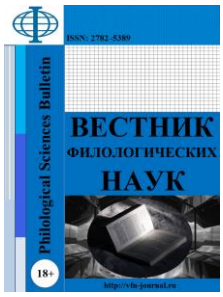
5. Foucault M. Des espaces autres. Architecture, Mouvement, Continuité. 1984. № 5. P. 46 – 49.

6. Harrington A. Medicine, Mind and the Double Brain: A Study in Nineteenth-Century Thought. Princeton: Princeton University Press, 1987. 300 p.
7. Linehan K. Taking Up with Kanakas: Stevenson's Complex Social Criticism in «The Beach of Falesá». English Literature in Transition. 1880–1920. 1995. Vol. 38. № 4. P. 407 – 422.
8. Lombroso C. The criminal man: studied in relation to anthropology, forensic medicine and prison disciplines. Milan: Hoepli, 1876. 255 p.
9. McLynn F. Robert Louis Stevenson: A Biography. London: Hutchinson, 1993. 567 p.
10. Mighall R. A Geography of Victorian Gothic Fiction: Mapping History's Nightmares. Oxford: Oxford University Press, 1999. 303 p.
11. Pratt M.L. Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation. London; New York: Routledge, 1992. 257 p.
12. Stevenson R.L. South Sea Tales. Ed. and introd. by R. Jolly. Oxford: Oxford University Press, 1996. 266 p.
13. Stevenson R.L. The Strange Case of Dr Jekyll and Mr Hyde and Other Tales. Ed. by R. Luckhurst. Oxford: Oxford University Press, 2008. 229 p.
14. Veeder W., Hirsch G. (eds.) Dr Jekyll and Mr Hyde After One Hundred Years. Chicago: University of Chicago Press, 1988. 263 p.
15. Bakhtin M.M. The Dialogic Imagination: Four Essays. Ed. by M. Holquist; transl. by C. Emerson, M. Holquist. Austin: University of Texas Press, 1981. 444 p.
16. Edmond R. Representing the South Pacific: Colonial Discourse from Cook to Gauguin. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. 284 p.
17. Stevenson R.L. A Humble Remonstrance. Memories and Portraits. London: Chatto & Windus, 1887. P. 275 – 293.
18. James H. The Art of Fiction. Longman's Magazine. 1884. Vol. 4. № 23. P. 502 – 521.
19. Walkowitz J.R. City of Dreadful Delight: Narratives of Sexual Danger in Late-Victorian London. Chicago: University of Chicago Press, 1992. 353 p.

Информация об авторах

Молодинская В.А., *старший преподаватель, Санкт-Петербургский государственный университет, vmolodinskaya@mail.ru*

© Молодинская В.А., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки)
УДК 81'373.611
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-82-88

[1] Орлова С.Л., [1] Скоморохова С.В.

[1] Орский гуманитарно-технологически институт (филиал) ОГУ

Принципы разграничения омонимии и полисемии суффиксов на примере суффиксов существительных среднего рода в русском языке

Аннотация: *в статье рассматривается проблема разграничения омонимии и многозначности в словообразовательной системе русского языка. Настоящее исследование посвящено определению признаков, лежащих в основе разграничения омонимии и многозначности аффиксов. Обычно для объяснения омонимии авторы или опираются только на различие словообразовательных значений аффиксов, или не всегда последовательно рассматривают разные аспекты аффикса, что приводит к разночтениям в описании аффиксов в лингвистических словарях и учебных изданиях. Целью настоящего исследования является представление упорядоченной системы необходимых признаков аффиксов, в том числе их фонетического состава, этимологии, морфологической характеристики и семантики участвующих в словообразовании слов, позволяющей разграничить аффиксы-омонимы и описать взаимосвязь значений многозначных аффиксов. Для обоснования достоверности предлагаемого авторами алгоритма рассуждения в статье приводятся результаты исследования около двадцати суффиксов существительных среднего рода, последовательно обоснована их омонимия и/или многозначность. Результаты настоящего исследования могут быть учтены при составлении словарей аффиксов и словообразовательных словарей, могут быть использованы для дальнейшего исследования парадигматических отношений аффиксов русского языка, а также в практике преподавания морфемики и словообразования.*

Ключевые слова: *словообразование, морфема, морф, аффиксы, суффиксы, словообразовательное значение, омонимия, полисемия*

Для цитирования: Орлова С.Л., Скоморохова С.В. Принципы разграничения омонимии и полисемии суффиксов на примере суффиксов существительных среднего рода в русском языке // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 82 – 88. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-82-88

Поступила в редакцию: 13 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Orlova S.L., [1] Skomorokhova S.V.

[1] Orsk Humanitarian-Technological Institute of Orenburg State University

Principles of distinguishing homonymy and polysemy of suffixes using the example of suffixes of neuter nouns in Russian

Abstract: *the article discusses the problem of distinguishing homonymy and polysemy in the word-formation system of the Russian language. The present study is devoted to the definition of the features underlying the distinction between homonymy and polysemy of affixes. Usually, to explain homonymy, the authors either rely only on the difference in the word-formation meanings of affixes, or they do not always consistently consider different aspects*

of the affix, which leads to discrepancies in the description of affixes in linguistic dictionaries and educational publications. The purpose of this study is to present an ordered system of necessary features of affixes, including their phonetic composition, etymology, morphological characteristics and semantics of words involved in word formation, which makes it possible to distinguish homonymous affixes and describe the relationship between the meanings of polysemantic affixes. To substantiate the reliability of the reasoning algorithm proposed by the authors, the article presents the results of the study of about twenty neuter noun suffixes, their homonymy and/or ambiguity are consistently justified. The results of this study can be taken into account when compiling dictionaries of affixes and word-formation dictionaries, and can be used for further research of paradigmatic relations of affixes in the Russian language, as well as in the practice of teaching morphemics and word formation.

Keywords: *word formation, morpheme, morph, affixes, suffixes, word-formation meaning, homonymy, polysemy*

For citation: Orlova S.L., Skomorokhova S.V. Principles of distinguishing homonymy and polysemy of suffixes using the example of suffixes of neuter nouns in Russian. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 82 – 88. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-82-88

The article was submitted: April 13, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Развитие лексической системы языка как путем заимствования иноязычной лексики, так и путем морфологического и неморфологического словообразования, развития многозначности, приводит к изменению словообразовательной системы: пополнению состава аффиксов, развитию их многозначности и распаду многозначных аффиксов на аффиксы – омонимы, что означает не только обновление состава морфем, но и изменение парадигматических отношений между ними.

Описанию системы аффиксов посвящен целый ряд исследований, в том числе работы Е.А. Дмитриевой [2], Катышева П.А. [3], Фроловой Е.А. [9], Цыбовой И.А. [10], Чжао Чжунган [11]. Созданы лингвистические словари, в которых отражаются отношения между аффиксами: «Словарь словообразовательных аффиксов русского языка» Лопатина В.В., Улуханова И.С. [4]; «Словообразовательный словарь русского языка» Тихонова А.Н.; словарь-справочник «Все трудности русского словообразования» Тихонова А.Н., Берковича Т.Л. [7] и др.

Тем не менее разграничение омонимии и многозначности аффиксов до сих пор рассматривается с разных позиций. Большинство авторов учебных изданий опираются на оценку связи словообразовательных значений морфов как на единственное основание для их объединения в один аффикс или, напротив, квалификацию их как омонимов – Балалыкина Т.А., Николаев Г.А. [1, с. 154]; Щуклина Т.Ю. [12, с. 52] и др. В предисловиях к словарю морфем русского языка А.И. Кузнецовой и Т.Ф. Ефремовой омонимия морфем описана достаточно систематично, однако в статье Д.А. Осильбековой выдвинутые авторами словаря основания подвергаются сомнению [6]. Именно отсутствие однозначного понимания основ разграничения многозначности и омонимии аффиксов, необходимого как для описания морфемной системы, так и для понимания словообразовательных связей, обуславливает актуальность исследования.

Материалы и методы исследований

Материалом для анализа являются производные существительные среднего рода, морфемная структура которых включает суффиксы, выбранные из «Грамматического словаря русского языка» А.А. Зализняка, «Словаря словообразовательных аффиксов русского языка» В.В. Лопатина, И.С. Улуханова, «Нового словообразовательного словаря русского языка для всех, кто хочет быть грамотным» А.Н. Тихонова [8].

В ходе исследования использовался прием сплошной выборки, основным методом исследования является описательный.

Результаты и обсуждения

В.Н. Немченко, опираясь на словообразовательное значение в качестве основного критерия, в то же время при характеристике омонимии/многозначности префиксов и суффиксов указывает на важность учета части речи производного и мотивирующего слов: «Омонимичность суффиксов наиболее очевидна в составе слов разных частей речи. Ср.: суффиксы *-ин*(а) у существительных со значением единичности и прилагательных со значением принадлежности (*горош-ин-а, хворост-ин-а* и *тет-ин, Наташ-ин*); *-ист* у существительных со значением лица и прилагательных со значением содержания, примеси чего-либо (*трактор-ист, велосипед-ист* и *глан-ист-ый, смол-ист-ый*)» [5, с. 51]. Подход В.Н. Немченко, отраженный в работах,

ставших классическими, кажется нам наиболее последовательным и понятным, однако, к сожалению, даже в лингвистических словарях не применяется последовательно.

Например, в словаре аффиксов В.В. Лопатина и И.С. Улуханова не всегда четко учитывается морфологическая характеристика слов, в результате чего префикс сравнительной степени прилагательных и наречий *по-* (*по/красивее, по/больше*) и словообразующий глагольный префикс *по-* со значением «невысокой интенсивности или продолжительности действия» (*по/отстать, по/привыкнуть*) рассматриваются как разные значения одного префикса [4, с. 157].

В работе Щуклиной Т.Ю., опирающейся для разграничения омонимии и многозначности только на значения аффиксов, в качестве примеров омоморфем приводятся префиксы *пере-* в словах *пересчитать* (заново) и *пересчитать* (от начала до конца); *про-* в словах *прослушать* (все) и *прослушать* (ничего не услышать). В качестве омонимичных суффиксов приводятся *-чик* в словах *счетчик* (человек) и *счетчик* (прибор) [12, с. 55]. Однако, согласно толковому словарю, все приводимые автором примеры являются просто многозначными словами, а значит, несомненна и связь значений аффиксов в их составе, то есть омонимами эти аффиксы считать ошибочно.

В то время же время в другой работе в качестве примеров слов с одним и тем же суффиксом *-овь* приводятся существительные женского рода *люб/овь* и *свекр/овь*. Поскольку *люб/овь* образовано от глагола *любить* и суффикс в нем имеет значение «отвлеченный процесс, чувство», а *свекр/овь* образовано от существительного мужского рода *свекор* и суффикс *-овь* имеет значение «лицо женского пола», то, по В.Н. Немченко, в составе этих слов следует выделять два омонимичных суффикса *-овь*, различающихся морфологической характеристикой мотивирующих слов и словообразовательной семантикой. Общим для них является звуковой состав, происхождение и частично морфологическая характеристика производных слов. При таком понимании каждый из этих суффиксов является единичным, уникальным.

Цель нашего исследования – определить состав и порядок признаков, позволяющих определить суффиксальные морфы как относящиеся к одной многозначной морфеме или омонимичные.

Вполне логично, по аналогии с разграничением лексической омонимии и полисемии, учитывать, прежде всего, происхождение морфов: в одну морфему возможно объединять аффиксы одного происхождения, а аффиксы разного происхождения считать омонимами. Поэтому однозначно к случаям омонимии относятся аффиксы современного русского языка различного происхождения: префикс *про-* в значении «за, вместо», заимствованный из латыни (*про/ректор, про/куратор*) и *про-* в значениях «завершение действия» (*про/читать*), «длительное действие» (*про/жить*) и пр. Омонимами являются и близкие по звучанию и значению «характеристика лица по роду деятельности», но разные по происхождению суффикс *-ёр*, заимствованный из французского языка (*стаж/ёр, режисс/ёр*), и суффикс *-ер*, германский по происхождению (*менедж/ер, трен/ер*), несомненным омонимом к ним является и исконно русский суффикс собирательных числительных *-ер* (*пят/ер/о*, *сем/ер/о*).

Однако и происхождение аффиксов из одного/разных языков не всегда может быть основанием для однозначного отнесения их к одной/разным морфемам. Например, согласно А.Н. Тихонову, заимствованные из старославянского языка морфы *раз-/рас-/разо-* и исконно русские морфы *роз-/рос-* являются алломорфами одного префикса: *разыскать – розыск, расписать – роспись*; в то время как, по словарю В.В. Лопатина, к одной морфеме относятся только заимствованные (старославянские) морфы *раз-/рас-/разо-* (*раз/рубить, раз/бежаться*) [4, с. 207], а исконно русские морфы *роз-/рос* с тем же значением в числе морфов этого префикса в словаре не называются.

В настоящей статье предлагается система необходимых, с нашей точки зрения, признаков морфов аффиксальных морфем, позволяющая описать их как омонимичные или являющиеся морфами одного аффикса. На основании данной системы признаков далее описывается система суффиксов существительных среднего рода современного русского языка с учетом их омонимии и многозначности.

С нашей точки зрения, к морфам одного аффикса относятся аффиксы, объединенные следующими признаками:

- близость фонемного состава с учетом чередований и наращений: *-ств/-еств* (*изящ/еств/о, богат/ств/о*), *-ищ/-лищ/-бищ* (*игр/ищ/е, суди/лищ/е, паст/бищ/е*);

- общее или близкое грамматическое значение (для суффиксов существительных – это род): *-к/-ик/-ечк* - это морфы суффикса существительных среднего рода (*молоч/к/о, окошеч/к/о, колёс/ик/о, мест/ечк/о*);

- морфы должны быть мотивированы словами одной части речи: *солнце – солн/ышк/о, судно – судён/ышк/о*;

- морфы должны характеризоваться семантическими связями: морфы отглагольных существительных *-ищ/-лищ/-бищ* являются морфами одного многозначного суффикса, поскольку в одних словах/значениях

слова обозначают отвлеченное действие (*зрелище, судилище*), в других – объединение субъектов действия – *сборище, скопище,* объект, на который направлено это действие, в частности объект восприятия – *зрелище*, и, наконец, место действия – *судилище*.

Особенно ярким доказательством, что аффикс является многозначным, является то, что он выделяется в многозначных словах – *зрел/ищ/е* (действие и объект), *сбор/ищ/е* (действие и собрание субъектов).

Отсутствие хотя бы одного из этих признаков должно быть, с большой вероятностью, основанием для отнесения морфов к омонимам (разным аффиксам). Поэтому, с нашей точки зрения, нельзя объединять в одну морфему суффиксы *-j* (*зимовье*), *-ниj* (*название*), *-тиj* (*развитие*) в силу их разного фонемного состава; суффиксы *-ик/-чик/-ок/-ек* мужского рода (*дом/ик, стакан/чик, гриб/ок*), *-ик/-очк/-ечк* (*колёс/ик/о, мест/ечк/о*) среднего рода и *-к/-очк/-инк* женского рода (*собач/к/а, ваз/очк/а, троп/инк/а*), различающиеся не только фонемным составом, но и грамматической характеристикой; суффиксы в составе слов, образованных разными способами словообразования – суффикс *-ник* в составе слов, образованных суффиксальным способом (*шутник, чайник*) и *-ник* в составе слов, образованных префиксально-суффиксальным способом (*наколенник, подоконник*). Во всех вышеуказанных случаях логичнее говорить о разных морфемах-омонимах.

Рассмотрим проявление омонимии/многозначности в системе суффиксов существительных среднего рода. В статье мы описываем анализируемые суффиксы в алфавитном порядке. Объектом анализа являются только суффиксы многозначные или имеющие омонимы, поскольку рассматриваются различия между ними.

1.Суффикс, представленный морфами *-ц/-ец/-иц*, многозначный, выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, мотивированных существительными среднего рода. В зависимости от значения мотивирующих слов суффикс может выражать следующие частные значения базового уменьшительно-ласкательного значения: «уменьшительность, незначительный размер предмета», если предметы, называемые мотивирующими словами, могут иметь разный размер (*болот/ц/е, зеркаль/ц/е, кресл/иц/е, озер/ц/о, окон/ц/е*), «эмоциональная окраска пренебрежительности», если предметы, называемые мотивирующими словами, не различаются размером, но могут иметь разное качество/важность (*положень/иц/е, ружь/ец/о, письм/ец/о*).

2. Суффикс, представленный морфами *-ив/-ев/-ов*, многозначный, выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, мотивированных глаголами. Производные существительные обозначают то, что имеет отношение к действию, обозначенному глаголом: «отвлеченное действие» (*чт/ив/о, кур/ев/о*), «вещество/предмет, используемый в ходе действия» (*кур/ев/о, топл/ив/о, чт/ив/о*), «предметы, являющиеся результатом действия» (*мес/ив/о, вар/ев/о*).

3. Суффикс *-ив*, не многозначный, выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, мотивированных существительными. Является омонимом охарактеризованному выше суффиксу, поскольку они мотивируются словами разных частей речи. Его значение «название вещества, подобного веществу, названному мотивирующим словом» - *молоз/ив/о* (от *молоко*), *соч/ив/о* (от *сок*).

4. Суффикс *-ив*, не многозначный, выделяющийся в морфемной структуре существительного среднего рода, мотивированного существительным. Уникальный, выделяется только в составе существительного *огн/ив/о*, мотивированного существительным *огонь*. Является омонимичным суффиксу, названному выше, поскольку имеет иное значение: *огниво* и *огонь* связаны действием: суффикс *-ив* обозначает «предмет, используемый для получения того, что названо мотивированным словом».

5. Суффикс *-ищ*, многозначный, выделяющийся в морфемной структуре существительного среднего рода, мотивированного существительным среднего рода или мужского рода. Суффикс добавляет в основу производного слова экспрессивно-стилистические оценки: при образовании от слов среднего рода возможны значения - «отрицательная оценка предмета, названного мотивированным словом» - *вин/ищ/е* или, напротив, -«экспрессивная положительная оценка» - *письм/ищ/е, полотн/ищ/е*; при образовании от слов мужского рода - значение «большое количество, высокая степень проявления названного мотивирующим словом» - *позор/ищ/е, полч/ищ/е (комаров, тараканов), сонм/ищ/е*.

6. Суффикс, представленный морфами *-ищ/-бищ/-лищ/-нищ*, многозначный, выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, мотивированных глаголами или отглагольными существительными. Словообразовательные значения суффикса объединяет общая семантика «место действия», однако можно выделить 2 частных значения: в составе отглагольных существительных «место, где происходит действие» - *леж/бищ/е (лежать), приста/нищ/е (пристать), токов/ищ/е (токовать);* в составе отыменных существительных «место, предназначенное для действия, названного существительным» - *стрельб/ищ/е (*для *стрельбы), пастб/ищ/е (*для *пастьбы).*

7.Суффикс-*ищ.* выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, мотивированных существительными. Близок по значению выше охарактеризованному суффиксу, поскольку также имеет пространственное значение, однако в его семантике нет элемента значения «действие» и не мотивирован глаголом. Многозначный, выделяются 2 частных значения: «место, где растет/добывают то, что названо мотивирующим словом», чаще всего относится к специальной, профессиональной речи, - *клевер/ищ/е, дерн/ищ/е, глин/ищ/е*; второе значение – «место, где ранее находилось то, что названо мотивирующим словом» - *пожар/ищ/е, город/ищ/е, костр/ищ/е*.

8. Суффикс, представленный морфами *-ищ/-лищ/-овищ/евищ*, выделяющийся в морфемной структуре существительного среднего рода, мотивированного существительным мужского/женского рода, имеющего значения инструмента. С нашей точки зрения, суффикс омонимичен названным выше, хотя тоже образован от существительного, поскольку имеет иное, не связанное с предыдущими значением – «часть, чаще всего ручка инструмента, названного мотивирующим словом» - *топор/ищ/е, лопат/ищ/е, серп/овищ/е*.

9. Суффикс, представленный морфами *-j/-ij*. выделяющийся в морфемной структуре существительного среднего рода, мотивированного существительным, многозначный, реализующий общее значение собирательности. Тем не менее это значение объединяет несколько частных: «отрицательная характеристика возрастной группы/социального слоя лиц» - *ворьё, бабьё, казачьё, старичьё*; «совокупность опасных/неприятных животных» - *вороньё, тараканьё, комарьё*; «совокупность негодных предметов, хлама» - *тряпьё, хламьё, шмотьё*.

10. Суффикс, представленный морфами *-j/-ij*. выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, образованных префиксально-суффиксальным путём, мотивированных существительными, также реализующий общее значение собирательности – *созвезд/ij/е, созвуч/ij/е, поголовь/j/е.* Омонимичен предыдущему, хотя имеет близкое значение, но реализуется в другом способе словообразования и не содержит оттенка отрицательной, пренебрежительной оценки.

11. Суффикс, представленный морфами *-j/-ij*. выделяющийся в морфемной структуре сложных существительных среднего рода, образованных сложно-суффиксальным путём, мотивированных сочетанием прилагательного и существительного числительного и существительного, также реализующий общее значение собирательности – *простонародье, разнотравье, десятилетье, пятикнижие.* Омонимичность его предыдущему опирается на то, что в качестве мотивирующей базы выступает словосочетание (простой народ, пять книг и пр.).

12. Суффикс, представленный морфами *-j/-ij*. выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, образованных суффиксальным путём, мотивированных прилагательными, реализующий значение вещественности/собирательности, в большинстве случаев сопровождается пренебрежительной оценкой – *гнильё, рваньё, старьё.*

13. Суффикс, представленный морфами *-j/-ij*. выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, образованных суффиксальным путём, мотивированных глаголами, его значение «пространство, место, где происходит действие» - *гнездовье, зимовье, кочевье*.

14. Суффикс, представленный морфами *-j/-ij*. выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, образованных суффиксальным путём, мотивированных составными названиями регионов, значение «неофициальное название региона» - *Оренбуржье, Ставрополье, Каргополье*.

15. Суффикс, представленный морфами *-j/-ij*. выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, образованных префиксально-суффиксальным путём, мотивированных названиями территорий, многозначный: значение «неофициальное географическое название территории», имя собственное - *Заполярье, Подмосковье, Приазовье;* другое значение – «название территории расположенной рядом с каким-либо географическим объектом», имя нарицательное - *полесье, приморье, предгорье*.

16. Суффикс, представленный морфами *-ниj/-ениj*. выделяющийся в морфемной структуре существительных среднего рода, мотивированных глаголами, многозначный, общее значение – «то, что имеет отношение к действию». Частные значения: «состояние, процесс, действие» - *молча/ниj/е, горе/ниj/е, укрепл/ениje*; «приспособление для выполнения действия» - *укрепл/ениj/е, удобр/ениj/е, огражд/ениj/е;* «результат действия» - *сообщ/ениj/е, владе/ниj/е, сол/ениj/е*.

17. Суффикс, представленный морфами *-ниj/-ениj*. выделяющийся в морфемной структуре сложных существительных среднего рода, мотивированных предикативным сочетанием, со значением «состояния, процесса» - *землетряс/ениj/е, головокруж/ениj/е, солнцестоя/ниj/е.*

Аналогичным образом может быть описана система значений суффиксов-омонимов *-muj/-mj*. Первый суффикс *-muj/-mj* выделяется в отглагольных существительных и является многозначным: значение «действие» - *прибы/тие, покры/тие,* значение «приспособление для действия» - *укры/тие, покры/тие.* Омони-

мичный ему суффикс в составе сложных существительных также имеет значение «процесс» - *чаепи/тие, челоби/тье.*

Выводы

Таким образом, системный анализ суффиксов существительных среднего рода с учетом их фонетического состава, морфологической характеристики мотивирующего и производного слов, словообразовательного значения, опирающийся на словообразовательную концепцию В.Н. Немченко, позволил произвести их классификацию, описав омонимию и многозначность в их составе. В случае многозначности важным является описание связи значений и в то же время различия между ними. В случае омонимии существенным является всестороннее обоснование отнесения морфов к разным морфемам.

Данное исследование является теоретически значимым для понимания сущности омонимии и многозначности, проявляющихся на разных уровнях языка. Практическая важность данного исследования обусловлена трудностями характеристики связи аффиксов в ходе изучения словообразования. Кроме того, последовательное разграничение омонимичных и многозначных языковых единиц необходимо для составления лингвистических словарей, в частности словарей аффиксов русского языка.

Исследование может быть продолжено в направлении более детального описания названных признаков, исследования синкретичных явлений в системе аффиксов и рассмотрения других аффиксов русского языка.

Список источников

1. Балалыкина Э.А., Николаев Г.А. Русское словообразование: учебное пособие. Казань: Казанский университет. 1985. 182 с.
2. Дмитриева Е.А. Аффиксальная комбинаторика (на материале языка для специальных целей): дис. док. филол. наук. 2025. 332 с.
3. Катышев П.А. Аксиологический аспект изучения словообразовательных единиц // Вестник Пятигорского государственного университета. 2023. № 1. С. 103 – 107.
4. Лопатин В.В., Улуханов И.С. Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка. М.: Издательский центр «Азбуковник». 2016. 812 с. https://ruslang.ru/doc/lopatin-uluxanov.pdf.
5. Немченко В.Н. Современный русский язык. Словообразование: учебное пособие для филол. спец. ун-тов. М.: Высш. шк. 1984. 255 с.
6. Осильбекова Д.А. Критерии омонимии словообразовательных аффиксов // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. 2009. № 1. С. 29 – 34.
7. Тихонов А.Н., Беркович Т.Л. Все трудности русского словообразования. Словарь-справочник: ок. 10 000 словарных ст. М.: АСТ: Астрель. 2010. 814 с.
8. Тихонов А.Н. Новый словообразовательный словарь русского языка для всех, кто хочет быть грамотным. М.: АСТ. 2014. 639 с.
9. Фролова Е.А. Вариативность способов словопроизводства в современном русском языке: традиции и новации. Русский язык в школе. 2021. № 4. С. 87 – 92.
10. Цыбова И.А. О соотношении формы, значения и функций словообразовательных суффиксов // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 4. С. 92 – 97.
11. Чжао Чжунган, Ван Жун. Анализ семантических функций аффиксов в русском языке // Вестник Казахского Национального Университета имени аль-Фараби. Филологическая серия. 2022. № 1. С. 189 – 196.
12. Щуклина Т.Ю. Морфемика. Словообразование. Конспект лекций. Казань: Казанский университет. 2014. 62 с.

References

1. Balalykina E.A., Nikolaev G.A. Russian word formation: a tutorial. Kazan: Kazan University. 1985. 182 p.
2. Dmitrieva E.A. Affixal combinatorics (based on language for special purposes): diss. doc. philological sciences. 2025. 332 p.
3. Katyshev P.A. Axiological aspect of the study of word-formation units. Bulletin of Pyatigorsk State University. 2023. No. 1. P. 103 – 107.
4. Lopatin V.V., Ulukhanov I.S. Dictionary of word-formation affixes of the modern Russian language. Moscow: Azbukovnik Publishing Center. 2016. 812 p. https://ruslang.ru/doc/lopatin-uluxanov.pdf.
5. Nemchenko V.N. Modern Russian Language. Word Formation: A Textbook for Philological Specialist Universities. Moscow: Higher School, 1984. 255 p.
6. Os'il'bekova D.A. Homonymy Criteria for Word-Formation Affixes. Bulletin of Tambov University. Humanitarian Sciences Series. 2009. No. 1. P. 29 – 34.

7. Tikhonov A.N., Berkovich T.L. All the Difficulties of Russian Word Formation. A Dictionary and Reference Book: Approx. 10,000 Word Entries. Moscow: AST: Astrel, 2010. 814 p.

8. Tikhonov A.N. New Word-Formation Dictionary of the Russian Language for Everyone Who Wants to Be Literate. Moscow: AST. 2014. 639 p.

9. Frolova E.A. Variability of word production methods in modern Russian: traditions and innovations. Russian language at school. 2021. No. 4. P. 87 – 92.

10. Tsybova I.A. On the relationship between form, meaning, and functions of word-formation suffixes. Upper Volga Philological Bulletin. 2018. No. 4. P. 92 – 97.

11. Zhao Zhonggang, Wang Rong. Analysis of semantic functions of affixes in Russian. Bulletin of al-Farabi Kazakh National University. Philological series. 2022. No. 1. P. 189 – 196.

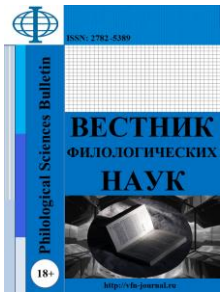
12. Shchuklina T.Yu. Morphemics. Word formation. Lecture notes. Kazan: Kazan University. 2014. 62 p.

Информация об авторах

Орлова С.Л., *кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой русского языка и литературы, Орский гуманитарно-технологически институт (филиал) ОГУ, julia-65@bk.ru*

Скоморохова С.В., *кандидат филологических наук, доцент, Орский гуманитарно-технологически институт (филиал) ОГУ*

© Орлова С.Л., Скоморохова С.В., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 316.774:070
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-89-96

[1] Карпенко И.И., [1] Черненко А.В., [1] Осадчий К.А. ***[1] Белгородский государственный национальный исследовательский университет НИУ «БелГУ»***

Омниканальность как актуальная стратегия развития современных медиа

Аннотация: *в статье рассматривается омниканальность как стратегический вектор трансформации современных средств массовой информации в условиях цифровой среды. На основе анализа теоретических подходов и практических кейсов российских и зарубежных медиа авторы выявляют сущностные характеристики омниканальной модели, ее отличия от мультиканальности, а также условия эффективной реализации. Особое внимание уделяется интеграции онлайн- и офлайн-пространств, персонализации пользовательского опыта и формированию бесшовной коммуникации с аудиторией. В статье показано, что омника-нальность становится не просто технологическим решением, но фундаментальным принципом организации медиапроизводства, позволяющим СМИ сохранять конкурентоспособность в эпоху фрагментации аудитории.*

Ключевые слова: *омниканальность, конвергенция СМИ, новые медиа, муль-тимедийность, интерактивность, стратегия развития, пользовательский опыт, трансформация журналистики, бесшовная коммуникация, персонализация*

Для цитирования: Карпенко И.И., Черненко А.В., Осадчий К.А. Омниканальность как актуальная стратегия развития современных медиа // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 89 – 96. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-89-96

Поступила в редакцию: 13 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Karpenko I.I., [1] Chernenko A.V., [1] Osadchiy K.A. ***[1] Belgorod State National Research University BelSU***

Omnichannel as a relevant strategy for modern media development

Abstract: *this article examines omnichannel as a strategic vector for the transformation of modern media in the digital environment. Based on an analysis of theoretical approaches and practical cases from Russian and international media, the authors identify the essential characteristics of the omnichannel model, its differences from multichannel, and the conditions for effective implementation. Particular attention is paid to the integration of online and offline spaces, personalization of the user experience, and the creation of seamless communication with the audience. The article demonstrates that omnichannel is becoming more than just a technological solution, but a fundamental principle of organizing media production, enabling media outlets to remain competitive in an era of audience fragmentation.*

Keywords: *omnichannel, media convergence, new media, multimedia, interactivity, development strategy, user experience, journalism transformation, seamless communication, personalization*

For citation: Karpenko I.I., Chernenko A.V., Osadchiy K.A. Omnichannel as a relevant strategy for modern media development. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 89 – 96. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-89-96

The article was submitted: April 13, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Современный медиаландшафт переживает фундаментальную трансформацию, вызванную цифровизацией всех этапов производства, распространения и потребления контента. Традиционные бизнес-модели, десятилетиями обеспечивавшие устойчивость печатной прессы, радио и телевидения, стремительно теряют эффективность. Как отмечает Е.Г. Крылова, «для выживания и существования на рынке средствам массовой информации приходится менять привычные бизнес-модели, в частности – выстраивать бизнес на основе принципов окупаемости, в борьбе за аудиторию, поиска новых ниш и способов взаимодействия с потребителем, связанных с виртуализацией и интерактивностью» [1, с. 38]. Актуальность обращения к проблеме омниканальности в современных медиа обусловлена рядом факторов. Во-первых, при обращении к анализу омниканальности в современном научном дискурсе можно встретить большое количество работ, анализирующих данную проблематику с позиции рекламной коммуникации [2, 3 и др.], торговли [4, 5, 6 и др.] и бизнеса в целом [7 и др.]. Однако работ, посвященных анализу омниканальности в контексте медийной коммуникации и информационных СМИ на сегодняшний день нет. Во-вторых, создание для аудитории бесшовных коммуникаций – может стать выраженным конкурентным преимуществом в условиях конкуренции между традиционными и новыми медиа, а также между медиа в цифровой среде в целом. В-третьих, выстраивание омниканальных коммуникаций для аудитории в условиях использования ею нескольких устройств и платформ одновременно, может повысить комфортность при потреблении медиаконтента. В-четвертых, омниканальность способна повысить вовлеченность аудитории отдельных СМИ, а также лояльность за счет создания комфортной среды для медиапотребления. И, наконец, в-пятых, современное развитие информационно-коммуникационных технологий позволяет настраивать различные каналы коммуникации и интегрировать их между собой с возможностью создания единой медийной эко-системы.

Особую актуальность приобретает стратегия омниканальности, пришедшая на смену мультиканальному подходу в медиапотреблении. Если мультиканальность предполагает присутствие медиа на нескольких платформах зачастую без их интеграции, «сочетание различных каналов коммуникации в целях предоставления потребителю выбора наиболее удобного для него способа взаимодействия» [8, с. 78] с производителем контента, то омниканальность требует создания единого, бесшовного пользовательского опыта, где каждый канал коммуникации дополняет и усиливает другие. Таким образом, «омниканальность – это стратегическая концепция управления взаимодействием с потребителем, основанная на сквозной интеграции всех физических и цифровых каналов компании в единую адаптивную систему, обеспечивающую непрерывность, персонализацию и когерентность клиентского опыта на всех этапах потребительского пути, при одновременном синхронном управлении корпjративными ресурсами и бизнес-процессами» [6, с. 270].

Материалы и методы исследований

Теоретико-методологическую основу исследования составляют работы российских и зарубежных авторов в области конвергенции СМИ, новых медиа и коммуникационных стратегий. Использованы методы системного анализа, сравнения и обобщения, а также кейс-стади для анализа практических примеров реализации омниканальных стратегий в деятельности современных медиа. Эмпирическую базу составили материалы отраслевых исследований, данные открытых источников о трансформации российских и зарубежных СМИ в аспекте развития стратегии омниканальности, а также медиа, реализующие эту стратегию.

Результаты и обсуждения

Омниканальность как характеристика современных СМИ формируется в русле более широких процессов медиаконвергенции, которые исследователи описывают как «распределение контента между различными медиаплатформами, взаимодействие между различными медиапроизводителями и постоянно меняющиеся способы реагирования меиааудитории» [9, с. 28] и «сотрудничество и взаимодействие между ранее несвязанными медиа-формами» [1, с. 39]. Омниканальность позволяет создать единую экосистему, в которой пользователь может начать взаимодействие с медиа на одном канале и продолжить на другом

без потери контекста. Такая практика привела к появлению новых медиа – интерактивных мультимедийных продуктов, доставляемых потребителю цифровыми методами и связанных с виртуализацией взаимодействия.

Важно различать омниканальность и смежное понятие «омни-digital». Омни-digital-подход рассматривается исследователями, в первую очередь, в контексте маркетинговых стратегий медиа и предполагает, прежде всего, обеспечение единообразного обслуживания аудитории в сети Интернет, независимо от используемого канала. Таким образом, в концепции омни-digital канал становится второстепенным, а обеспечения комфорта аудитории при потреблении информации – основным приоритетом. Как отмечает Л. Титова «надо концентрироваться больше на канале подачи информации, ее качестве и персональности для достижения максимальной ценности клиента» [10].

Стоит также отличать омниканальность от кроссмедийности и трансмедийности. Кроссмедийность «понимается сегодня как комплексное использование каналов трансляции журналистской информации <…>. Кроссмедийный характер размещения контента является актуальной тенденцией современной журналистики, связанной с функционированием в одной структуре сразу нескольких площадок» [11, с. 220]. Трансмедийность понимается как «принцип распространения медийного контента в разных медиасредах с обязательным приданием новых граней и особенностей истории в каждой из сред: разных типах СМИ, кинематографе, книгоиздании, мультипликации, компьютерных играх и пр.» [11, с. 67]. Таким образом одна и та же история рассказывается с помощью «различных каналов так, чтобы каждая медийная среда вносила собственный уникальный вклад в развертывание истории» [12, с. 117]. Омниканальность предполагает, что стратегия подстраивается под пользователя как в онлайн-, так и в офлайн-формате, создавая бесшовную коммуникацию между средами для пользователя. Именно это обеспечивает более глубокую вовлеченность в контент.

Благодаря омниканальности потребители медиа во всем мире имеют практически неограниченную свободу доступа к предпочтительному контенту, причем с гораздо большей скоростью, чем когда-либо прежде. Это создает как новые возможности, так и вызовы для СМИ: контент перестает быть дефицитным ресурсом и превращается в объект для привлечения внимания, а основная ценность смещается в сторону качества пользовательского опыта.

К ключевым характеристикам омниканальности можно отнести, во-первых, интеграцию данных о пользователе медиа из всех каналов, которая является без преувеличения технологическим ядром омниканальной стратегии медиа. Без создания единого профиля пользователя, который объединяет его активность на сайте, в мобильном приложении, соцсетях, email-рассылках и даже офлайн-точках контакта, невозможно реализовать главный принцип омниканальности: бесшовный и персонализированный опыт взаимодействия с медиа. Можно выделить четыре основные технологические возможности для такой интеграции: 1. Для авторизованных пользователей: унификация профиля пользователя, главная задача которой состоит в том, чтобы перестать видеть в читателе, заходящем с телефона, планшета и ноутбука, трех разных людей, и научиться идентифицировать его как единого пользователя. Эта задача может быть решена с помощью стимуляции пользователя к прохождению регистрации и созданию персонального аккаунта в ресурсах медиа и присвоения ему единого идентификатора (ID). Такая сквозная аналитика, объединяющая среды и устройства, дает возможность иметь более основательное понимание своей аудитории и ее поведения: с какого устройства и какой контент более предпочтителен для потребления, в какой момент времени, «мультиплатформенная аналитика помогает видеть, на каком приложении, версии или устройстве проседает конверсия. Разные системы сбора метрик нацелены на то, чтобы собирать с разных платформ аналитические данные с последующим их объединением в нужном виде, делать выводы и при необходимости решать задачи» [13]. Ярким примером реализации омниканальной стратегии является медиахолдинг «РБК», который интегрировал все свои ресурсы (сайт, мобильное приложение, социальные медиа – Telegram-канал, RuTube-канал, ВКонтакте, Одноклассники) в единую систему. Например, новость, опубликованная на сайте, автоматически появляется в Telegram с кратким анонсом и ссылкой на полный текст. Пользователь может начать чтение статьи на смартфоне, а продолжить на компьютере – прогресс сохраняется. С этой целью медиа разработала технологию РБК ID, которая объединяет аккаунты пользователя в приложении и на сайте.

Еще одной технологией, дающей возможность объединить аккаунты в разных медиа, включая социальные сети, является Сбер ID – это единый идентификатор (аккаунт) для быстрой и безопасной авторизации в сервисах экосистемы СберБанка и его партнёров. По сути, это универсальный «ключ», который заменяет множество логинов и паролей от разных сайтов и приложений. Подобная технология организации омника-

нальной коммуникации позволяет упростить регистрацию и заполнение форм, так как при авторизации большая часть данных (имя, телефон, email и др.) подставляется автоматически. Эта технология поддерживает разные способы входа: по номеру телефонам (с подтверждением через СМС); по QR-коду; с использованием биометрии устройства (распознавание лица или отпечатка пальца). На сегодняшний день через Сбер ID объединены более 53 000 сайтов и других онлайн-платформ, а количество человек, которые воспользовались омниканальными технологями Сбера составило на середину 2025 года 100 млн [14]. В числе российских информационных медиа, которые объединены Сбтр ID не только проекты Сбера – онлайн-кинотеатр Okko, блог-платформа «Живой журнал» (LiveJournal), нейросети Kandinsky и GagaChat, но и многие ресурсы СМИ, не относящиеся к названной экосистеме, – Газета.ru, Lenta.ru, «РБК» и многие другие.

В России омниканальные технологии поддерживают еще два крупнейших медиаресурса: 1. Яндекс, через ID которого можно войти в ресурсы РИА Новости, «Спорт Экспресс», «Аргументы и факты» и др. и 2. «ВКонтакте». Сегодня по VK ID можно объединить не только 44 ресурса экосистемы ВК (социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники», портал Mail.ru со всеми сервисами, RuStore, Skillbox, Дзен и другие), но и многие сайты, к экосистеме не относящиеся. Технология, запущенная в 2019 году как Mail ID, а в 2021 г. претерпевшая ребрендинг в VK ID, к сегодняшнему дню насчитывает 66 тыс сервисов, подключившихся к авторизации через VK ID и 100 млн. пользователей. По данным компании, технология охватывает 90 % пользователей Рунета [15]. «В сервисах, поддерживающих VK ID, можно авторизоваться бесшовно благодаря всплывающему окну входа OneTap. Если пользователь уже вошёл в свой аккаунт в одном из таких сервисов, то ему не придётся заново вводить свои данные – он авторизуется автоматически всего за один клик» [Ежемесячная].

К другим примерам реализации омниканальной коммуникаций в медиа- и не только ресурсах относятся транснациональные практики Google, Dropbox и др.

Наиболее молодой практикой по созданию омниканальной коммуникации, но уже на уровне социальной и политической коммуникации является практика, связанная с новым отечественным мессенджером MAX, через который можно получить доступ на портал Госуслуг (мобильное приложение и сайт), доступ к сайту налоговой инспекции, пенсионному фонду, ресурсу «Работа в России» и Российской общественной инициативе. Также через мессенджер реализуется взаимодействие с чат-ботами МФЦ, использование цифрового ID (паспорт, СНИЛС, полис) для получения услуг. В числе перспектив развития мессенджера позиционируется глубокая интеграция со всеми сервисами экосистемы VK и использование нейросети GigaChat для автоматизации задач;

2. Для неавторизованных пользователей: использование специализированных трекеров, например, MyTracker. Эти программы используют для вероятностного сопоставления сессий одного человека на разных гаджетах набор данных: модель устройства, с которого выходит в сеть пользователь, IP-адрес, версию операционной системы и браузера. Это дает возможность «отслеживать кроссчастоту и пересечение аудиторий» [13].

Для достижения успешной омниканальной коммуникации медиа следует выстраивать работу по следующим направлениям: 1. Создание технической базы для сбора и унификации данных из всех источников (сайт, приложение, email-рассылки, соцсети и пр.); 2. Синхронизация в реальном времени: Обеспечение мгновенного обмена данными между системами, чтобы реагировать на действия пользователя здесь и сейчас (например, убирать из ленты уже прочитанные новости); 3. Развитие инструментов авторизации, то есть мотивирование пользователей входить в систему (приложение, сайт) для накопления качественных данных; 4. Интеграция онлайн- и офлайн-медиа: для медиахолдингов, имеющих не только цифровые, но и традиционные каналы (радио, ТВ, печатные версии), критически важно искать способы связывать эти данные через промокоды, QR-, AR- и VR-коды, упоминания в разных средах о возможности перехода, к примеру, в приложение, а также размещение гипертекстовых ссылок на смежные платформы.

Во-вторых, ключевым механизмом, превращающим омниканальность из простого присутствия на разных площадках в бесшовный и релевантный пользовательский опыт, является персонализация контента на основе собранной информации.

Персонализация контента на медиаресурсах может иметь разную форму:

– явная персонализация, когда пользователь сам указывает свои предпочтения: подписывается на темы, авторов, ставит лайки или дизлайки;

– неявная персонализация, когда система анализирует поведение пользователя: какие статьи он читает, сколько времени проводит на странице, что ищет, на какие уведомления кликает;

– коллаборативная фильтрация – метод «людям, похожим на вас, понравилось это». Система кластеризует пользователей со схожими паттернами чтения и рекомендует контент, который понравился «соседям» по группе, то есть, если читатели статьи А и статьи В также часто читают статью С, система предложит её тем, кто прочёл А и В, даже если тематика статьи С напрямую не связана с их обычными интересами;

– поведенческая фильтрация (на основе контента), при которой система ищет материалы, похожие на те, которые пользователь уже читал, анализируя их тематику, тональность, ключевые слова и даже формат;

– гибридные модели – большинство современных платформ, используют гибридный подход, находя равновесие между персональными рекомендациями, актуальными трендами и редакторским выбором.

В современных медиа сегодня наметилась тенденция так называемой гиперперсонализации контента. На информационном портале «Рамблер» используют «ИИ-агентов на каждой единице контента. <…> такие агенты не только формируют персонализированные ответы на запросы пользователей, но и помогают по-новому раскрыть тему за счёт проактивных подсказок и углублённого анализа запроса» [16].

В Дзене (часть экосистемы «ВКонтакте») также с 2026 г. используются инновационные инструменты на базе ИИ: умный AI-дайджест дня, который формирует персонализированную подборку ключевых новостей, и AI-ассистент, доступный под кнопкой «Что это значит?», предлагающий пользователям более глубокое погружение в контент за счёт анализа их персональных предпочтений и предоставления ответов с учётом его требований и предполагаемого уровня кругозора.

Применение подобных практик создаёт возможности для предоставления аудитории гиперперсонализации контента. Медиа-платформы не просто предлагают пользователю материалы, соответствующие его интересам, но и проактивно адаптируют контент под его нужды, предвосхищая потребности и создавая неделимое, полностью самодостаточное медиапространство. Это полностью вписывается в концепцию омниканальности, ведь «все пояснения, вопросы и ответы открываются в боковой панели», и пользователь не покидает сайт, а «продолжает листать ленту, но теперь полностью понимая контекст» [17].

В-третьих, непрерывность взаимодействия (пользователь может переключаться между каналами). В контексте омниканальности непрерывность означает, что пользователь может начать взаимодействие с медиа в одном канале (например, увидел пост в Telegram), продолжить в другом (открыл полную статью на сайте), а позже вернуться к теме в третьем (послушал подкаст на эту тему в приложении) – и на всех этапах его путь будет логичным, а контекст – сохраненным.

Ключевое отличие от мультиканальности заключается в том, что при мультиканальном подходе каждый канал живет своей жизнью. При переходе с канала на канал пользователю приходится начинать свой путь заново, а «каждый канал функционирует автономно, с собственной логистикой, маркетингом и обслуживанием клиентов» [6, с. 269]. В омниканальной среде этого не происходит, так как история взаимодействий не обнуляется при смене канала, данные синхронизируются в реальном времени, а диалог продолжается, а не начинается заново.

Например, российское общественно-политическое интернет-издание «Газета.Ru» позволяет пользователю поэтапно знакомиться с контентом, переключаясь между каналами, причем не просто сохраняя контекст, но и углубляясь в тему. Это видно на примере новости от 12 марта 2026 года: первым в телеграм-канале издания выходит пост «Уиткофф рассказал о встрече с Дмитриевым во Флориде» [18], содержащий короткую информационную заметку без подробностей. Пост содержит в себе ссылку с призывом читать издание в мессенджере Max – это стандартная стратегия по привлечению аудитории в новый канал связи. Но также в описании телеграм-канала есть ссылка, позволявшая перейти на сайт издания. Уже там представлена развернутая новость по теме – с бэкграундом и описанием всех подробностей встречи. Заканчивается заметка коротким видеороликом (45 сек.) «Пять фактов о Кирилле Дмитриеве» с факультативными данными для тех, кто заинтересовался темой [19].

Таким образом, читатель издания «Газета.Ru» получает возможность в рамках взаимодействия с материалами редакции на разных платформах получить оперативную информацию через мессенджер, затем узнать контекст на сайте, и в конце концов – расширить знания по теме, посмотрев короткий ролик. Это пример омниканальной организации работы редакции, позволяющей максимально захватить внимание аудитории.

Выводы

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что омниканальность является не просто временным трендом, но фундаментальной стратегией развития современных СМИ, отвечающей на ключевые вызовы цифровой эпохи: фрагментацию аудитории, изменение паттернов потребления контента и кризис традиционных бизнес-моделей.

Как отмечает Е.Г. Крылова, «трансформация коммуникационных технологий новых и конвергентных СМИ проходит по таким направлениям, как развитие мобильных платформ взаимодействия с потребителем, развитие различных форм предоставления контента аудитории, а также новых форм и возможностей в области размещения рекламы» [1, с. 38]. Омниканальность объединяет эти направления в единую систему, где каждый канал работает на общую цель – удержание внимания аудитории и создание устойчивой лояльности.

Дальнейшее развитие омниканальных стратегий будет связано с углублением персонализации, активным использованием технологий искусственного интеллекта для предсказания пользовательских предпочтений и интеграцией с новыми цифровыми средами, включая метавселенные. При этом основным активом СМИ останется доверие аудитории, которое в омниканальной модели только укрепляется благодаря последовательности и согласованности коммуникации на всех точках контакта.

Список источников

1. Крылова Е.Г. Трансформация коммуникационных технологий новых и конвергентных СМИ // Коммуникология: электронный научный журнал. 2020. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-kommunikatsionnyh-tehnologiy-novyh-i-konvergentnyh-smi-1 (дата обращения: 04.03.2026).
2. Болотов И.А. Как оценивать эффективность маркетинга в эпоху мультиканальности // Интернет-маркетинг. 2020. № 3. С. 176 – 185.
3. Васючков А.М. Омниканальность и Customer Journey Map: метод повышения эффективности рекламных кампаний и конверсии // Теоретические основы и практическое применение инновационных исследований: сборник статей VII международной научной конференции. Москва, 13 сентября 2024 года. Санкт-Петербург: ГНИИ «Нацразвитие», 2024. С. 15 – 20.
4. Улановская О.Н. Мультиканальность и омниканальность в ритейле // Трансформация хозяйственных связей и торговой политики региона в условиях реализации федеральных целевых программ: сборник материалов всероссийской научно-практической конференции. Симферополь, 22 мая 2019 года. Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2019. С. 208 – 211.
5. Стуров А.С. Омниканальная стратегия в розничной торговле // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. 2023. № 3. С. 374 – 380.
6. Коноваленко Д.А. Эволюция розничной торговли: от мультиканальности к омниканальности // Естественно-гуманитарные исследования. 2025. № 2 (58). С. 268 – 272.
7. Крот Д.И. Омниканальность как инструмент оптимизации бизнес-процессов // Бизнес. Образование. Экономика: сборник статей Международной научно-практической конференции. Минск, 01–02 апреля 2021 года. Минск: Государственное учреждение образования "Институт бизнеса Белорусского государственного университета", 2021. С. 173 – 176.
8. Борисов А.С. Сравнительная характеристика омниканальной и мультиканальной моделей коммуникаций // Научный электронный журнал Меридиан. 2019. № 12 (30). С. 78 – 80.
9. Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа / пер. с англ. А. Гасилина. М.: Группа Компаний «РИПОЛ классик, 2019, 384 с.
10. Титова Л. Новые ниши развития журналистики в метавселенной // Журналист. 2 августа, 2022. URL: https://jrnlst.ru/2022/08/02/1219/ (дата обращения: 04.03.2026).
11. Карпенко И.И. Медиаконвергенция в теории и практике российских региональных СМИ: дис. … док. филол. наук. Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2024. 398 с.
12. Женченко М. Эволюция терминов «мультимедиа», «кроссмедиа», «трансмедиа» в развитии цифрового сторителлинга // Studia medioznawcze. 2016. № 4 С. 113 – 119.
13. Узнать из тысячи: как трекинг позволяет работать с данными о пользователях с разных платформ // AdIndex 20.04.2020. URL: https://adindex.ru/publication/tools/technologies/2020/03/31/280578.phtmlhttps://adindex.ru/publication/tools/technologies/2020/03/31/280578.phtml (дата обращения: 04.03.2026).
14. Цифра доверия: 100 миллионов россиян воспользовались Сбер ID // Сбербанк. 2 июня 2025. URL: https://www.sberbank.ru/ru/sberpress/all/article?newsID=22e1d790-ef72-4c58-8c0f-f24a73783b89&blockID=1303&regionID=78&lang=ru&type=NEWS (дата обращения: 04.03.2026).
15. Ежемесячная аудитория VK ID в России выросла на 14,6% до 91 млн пользователей // ВКонтакте. 5 сентября 2023. URL: https://clck.ru/3SVDMq (дата обращения: 04.03.2026).

16. Шугаев Г. На «ТелеМультиМедиа Форуме» представили опыт гиперперсонализации от «Рамблера» // Lenta.ru 20.05.2025. URL: https://lenta.ru/news/2025/05/30/na-telemultimedia-forume-predstavili-opyt-giperpersonalizatsii-ot-ramblera/ (дата обращения: 04.03.2026).

17. AI в Дзене: новости простым языком по кнопке «Что это значит?» // Дзен. 19 февраля 2026. URL: https://dzen.ru/a/aZbDyiXI_QBQUE4Q (дата обращения: 12.03.2026).

18. Телеграм-канал «Газета.Ru». 12 марта 2026. URL: https://t.me/belgorodc400/24365 (дата обращения: 12.03.2026).

19. Филиппова О. Дмитриев провел рабочую встречу с американской делегацией // Газета.Ru 12.03.2026. URL: https://www.gazeta.ru/politics/news/2026/03/12/28041073.shtml (дата обращения: 12.03.2026).

References

1. Krylova E.G. Transformation of Communication Technologies of New and Convergent Media. Communicology: Electronic Scientific Journal. 2020. No. 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-kommunikatsionnyh-tehnologiy-novyh-i-konvergentnyh-smi-1 (accessed: 04.03.2026).

2. Bolotov I.A. How to Evaluate Marketing Effectiveness in the Era of Multichannel. Internet Marketing. 2020. No. 3. P. 176 – 185.

3. Vasyuchkov A.M. Omnichannel and Customer Journey Map: A Method for Increasing the Effectiveness of Advertising Campaigns and Conversion. Theoretical Foundations and Practical Application of Innovative Research: Collection of Articles from the VII International Scientific Conference. Moscow, September 13, 2024. Saint Petersburg: State Research Institute "NatSrazvitie", 2024. P. 15 – 20.

4. Ulanovskaya O.N. Multichannel and omnichannel in retail. Transformation of business relations and trade policy of the region in the context of the implementation of federal target programs: collection of materials of the all-Russian scientific and practical conference. Simferopol, May 22, 2019. Simferopol: Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky, 2019. P. 208 – 211.

5. Sturov AS. Omnichannel strategy in retail. Bulletin of young scientists of the St. Petersburg State University of Technology and Design. 2023. No. 3. P. 374 – 380.

6. Konovalenko D.A. Evolution of retail: from multichannel to omnichannel. Natural Sciences and Humanities Research. 2025. No. 2 (58). P. 268 – 272.

7. Krot D.I. Omnichannel as a Tool for Optimizing Business Processes. Business. Education. Economy: Collection of Articles from the International Scientific and Practical Conference. Minsk, April 1–2, 2021. Minsk: State Educational Institution "Institute of Business of the Belarusian State University", 2021. P. 173 – 176.

8. Borisov A.S. Comparative Characteristics of Omnichannel and Multichannel Communication Models. Scientific Electronic Journal Meridian. 2019. No. 12 (30). P. 78 – 80.

9. Jenkins G. Convergent Culture. The Clash of Old and New Media. Translated from English by A. Gasilina. Moscow: RIPOL Classic Group of Companies, 2019. 384 p.

10. Titova L. New Niches for the Development of Journalism in the Metaverse. Journalist. August 2, 2022. URL: https://jrnlst.ru/2022/08/02/1219/ (accessed: 04.03.2026).

11. Karpenko I.I. Media Convergence in the Theory and Practice of Russian Regional Media: diss. … Doc. of Philological Sciences. Belgorod State National Research University, 2024. 398 p.

12. Zhenchenko M. Evolution of the Terms “Multimedia”, “Crossmedia”, “Transmedia” in the Development of Digital Storytelling. Studia medioznawcze. 2016. No. 4. P. 113 – 119.

13. Learn from a Thousand: How Tracking Allows You to Work with User Data from Different Platforms. AdIndex, April 20, 2020. URL: https://adindex.ru/publication/tools/technologies/2020/03/31/280578.phtmlhttps://adindex.ru/publication/tools/technologies/2020/03/31/280578.phtml (accessed: 04.03.2026).

14. Trust Figure: 100 Million Russians Have Used Sber ID. Sberbank. June 2, 2025. URL: https://www.sberbank.ru/ru/sberpress/all/article?newsID=22e1d790-ef72-4c58-8c0f-f24a73783b89&blockID=1303&regionID=78&lang=ru&type=NEWS (accessed: 04.03.2026).

15. VK ID's monthly audience in Russia grew by 14.6% to 91 million users. VKontakte. September 5, 2023. URL: https://clck.ru/3SVDMq (accessed: 04.03.2026).

16. Shugaev G. "Rambler's hyper-personalization experience was presented at the TeleMultiMedia Forum". Lenta.ru, May 20, 2025. URL: https://lenta.ru/news/2025/05/30/na-telemultimedia-forume-predstavili-opyt-giperpersonalizatsii-ot-ramblera/ (accessed: 04.03.2026).

17. AI in Zen: News in plain language with the "What does this mean?" button. Zen. February 19, 2026. URL: https://dzen.ru/a/aZbDyiXI_QBQUE4Q (accessed: 12.03.2026).

18. Telegram channel "Gazeta.Ru". March 12, 2026. URL: https://t.me/belgorodc400/24365 (accessed: 12.03.2026).

19. Filippova O. Dmitriev held a working meeting with the American delegation. Gazeta.Ru 03/12/2026. URL: https://www.gazeta.ru/politics/news/2026/03/12/28041073.shtml (accessed: 12.03.2026).

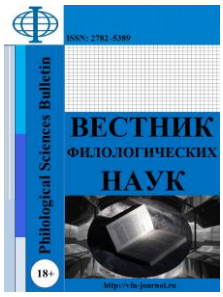
Информация об авторах

Карпенко И.И., *доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, KarpenkoIrina@bsu.edu.ru*

Черненко А.В., *факультет журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, artyom2000chernenko@gmail.com*

Осадчий К.А., *факультет журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, kostya.osedchey@gmail.com*

© Карпенко И.И., Черненко А.В., Осадчий К.А., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 070:659.4:004.738.5
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-97-104

[1] Расторгуев А.В. ***[1] Московский университет «Синергия»***

Гибридизация журналистики и PR в цифровой медиасреде как фактор трансформации журналистской повестки дня

Аннотация: *цель данного исследования - анализ процессов гибридизации журналистики и PR-коммуникаций в условиях цифровой медиасреды и выявление их влияния на формирование современной журналистской повестки дня.*

Задачи: изучение теоретических подходов к взаимодействию журналистики и PR; анализ особенностей функционирования медиа в цифровой среде; выявление механизмов влияния PR-коммуникаций на содержание журналистского контента и структуру информационной повестки.

В статье рассматриваются современные процессы трансформации медиасистемы, связанные с развитием цифровых технологий, социальных сетей и новых форм коммуникации. Отмечается, что при цифровизации происходит сближение профессиональных практик журналистики и PR, что приводит к формированию гибридных форм медиаконтента.

В результате исследования были сделаны выводы о том, что гибридизация журналистики и PR является одним из значимых факторов трансформации современной медиасистемы и журналистской повестки дня. Возрастает роль стратегических коммуникаций, влияющих на производство медиаконтента и расстановку информационных приоритетов. В связи с этим возрастает необходимость дальнейшего научного осмысления данных процессов, разработки профессиональных стандартов и методических подходов, направленных на сохранение баланса между интересами журналистики, PR-коммуникаций и общества.

Результаты научной работы представлены в виде рекомендаций путей преодоления пережитков интеллектуализма в психологии и формализма в преподавании, что повлияет на эффективность изучения фразеологических единиц английского языка.

Ключевые слова: *журналистика, PR, цифровая медиасреда, медиакоммуникации, журналистская повестка дня, медиасистема, цифровые медиа, гибридизация*

Для цитирования: Расторгуев А.В. Гибридизация журналистики и PR в цифровой медиасреде как фактор трансформации журналистской повестки дня // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 97 – 104. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-97-104

Поступила в редакцию: 14 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Rastorguev A.V. ***[1] Moscow University "Synergy"***

Hybridization of journalism and PR in the digital media environment as a factor in the transformation of the journalistic agenda

Abstract: *the purpose of this study is to analyze the processes of hybridization of journalism and PR communications in the digital media environment and identify their impact on the formation of the modern journalistic agenda.*

Objectives: to study theoretical approaches to the interaction of journalism and PR; to analyze the peculiarities of media functioning in the digital environment; to identify the mechanisms of influence of PR communications on the content of journalistic content and the structure of the information agenda.

The article examines the modern processes of media system transformation related to the development of digital technologies, social networks and new forms of communication. It is noted that in the context of digitalization, professional practices of journalism and PR are converging, which leads to the formation of hybrid forms of media content.

The study concluded that the hybridization of journalism and PR is one of the significant factors in the transformation of the modern media system and journalistic agenda. In the context of digitalization, the role of strategic communications is increasing, affecting the production of media content and the setting of information priorities. In this regard, there is an increasing need for further scientific understanding of these processes, the development of professional standards and methodological approaches aimed at maintaining a balance between the interests of journalism, PR communications and society.

The results of the scientific work are presented in the form of recommendations on ways to overcome the remnants of intellectualism in psychology and formalism in teaching, which will affect the effectiveness of studying phraseological units of the English language.

Keywords: *journalism, public relations, digital media environment, media communications, news agenda, media system, digital media, hybridization*

For citation: Rastorguev A.V. Hybridization of journalism and PR in the digital media environment as a factor in the transformation of the journalistic agenda. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 97 – 104. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-97-104

The article was submitted: April 14, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Цифровые технологии существенно изменили способы создания контента, каналы его распространения и институциональные роли СМИ и коммуникационных служб. Журналисты многоканального медиапространства конкурируют за внимание аудитории, при этом ключевыми факторами публикационной эффективности становятся скорость реакции и доступ к проверенным источникам.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что анализ процессов гибридизации журналистики и связей с общественностью позволяет более глубоко изучить современное состояние медиасреды и трансформацию механизмов формирования журналистской повестки дня. Как показывает анализ научной литературы и медиапрактик, на современном этапе развития цифровых технологий и медиакоммуникаций наблюдаются существенные количественные и качественные изменения в производстве и распространении информационного контента.

Научная новизна исследования заключается в выявлении системных механизмов интеграции PR-компонентов в журналистский контент в условиях алгоритмически управляемой цифровой среды, в обосновании влияния платформ на трансформацию редакционных практик и структуры информационной повестки.

Развитие интернета, социальных сетей и цифровых платформ привело к усилению взаимодействия между журналистикой и PR-коммуникациями. Всё чаще в медиапространстве используются материалы, подготовленные пресс-службами организаций, компаний и государственных структур, что способствует формированию гибридных форм медиаконтента, сочетающих элементы журналистского и PR-дискурса. В результате изменяются традиционные принципы формирования информационной повестки, трансформируется роль журналиста как посредника между источником информации и аудиторией.

Материалы и методы исследований

Гибридизация журналистики и PR проанализирована с применением системного, коммуникативного и комплексного подходов, что позволило сформировать теоретическую основу исследования.

Системный подход рассматривает медиасистему как динамическую сеть, в которой цифровые платформы, редакции СМИ, PR-службы, аудитория и регуляторные институты взаимосвязаны.

Коммуникативный подход ориентирован на анализ взаимодействия участников медиаполя, процессы передачи, обработки и интерпретации сообщений различными акторами. Он позволяет проследить транс-

формацию информационных поводов, инициированных PR-структурами, в журналистские материалы и выявить адаптацию редакционных практик к цифровой среде.

Комплексный подход объединяет технологические, социальные и профессиональные факторы. Производство медиаконтента формируется под воздействием экономических стимулов, алгоритмической фильтрации и профессиональных стандартов, что позволяет получить целостное представление о происходящих процессах.

Методологическую основу исследования составляют: анализ научных публикаций по проблематике взаимодействия журналистики и PR, сравнительный анализ российских и международных медиапрактик, эмпирическое исследование медиаконтента, контент-анализ. В ходе исследования фиксировалось наличие PR-компонентов в журналистских текстах, их структура и особенности, изучались способы использования корпоративных источников.

Контент-анализ проводился на материале публикаций российских онлайн-СМИ, таких как «Ведомости», «Коммерсантъ», РБК, Lenta.ru, Gazeta.ru, отобранных за период 2024–2025 гг. Объем эмпирической выборки составил 300 публикаций общественно-политической и деловой направленности. Отбор материалов осуществлялся методом систематической квотной выборки с целью обеспечения репрезентативности исследуемого массива и равномерного охвата указанного временного интервала.

Единицей анализа выступала отдельная новостная публикация. В качестве критерия отбора использовались тематическая принадлежность материала (общественно-политическая и деловая журналистика), наличие явно выраженного источника информации.

В ходе исследования применялась процедура кодирования, предполагающая фиксацию преобладающего источника информации в каждом материале. Все публикации были классифицированы по пяти основным категориям: официальные заявления и пресс-релизы государственных и корпоративных структур, комментарии экспертов и представителей организаций, собственные журналистские материалы (репортажи и расследования), сообщения социальных сетей и цифровых платформ, прочие источники информации.

Далее осуществлялся количественный подсчет частоты каждой категории с последующим расчетом их долевого распределения в общей выборке. Полученные данные интерпретировались в контексте структурных трансформаций современной медиасистемы и процессов гибридизации журналистики и связей с общественностью.

Результаты и обсуждения

Одним из наиболее заметных процессов последних десятилетий является сближение журналистики и связей с общественностью, в научной литературе обозначаемое как гибридизация медиакоммуникаций. Данный процесс проявляется в изменении принципов производства медиаконтента, расширении роли PR-структур и трансформации механизмов формирования журналистской повестки.

Медиаиндустрия в последние годы претерпевает существенные изменения под влиянием политических, технологических, экономических и социальных факторов. Пандемия COVID-19 ускорила цифровизацию и способствовала изменению моделей медиапотребления. Последующие структурные сдвиги, начавшиеся с февраля 2022 г. в России, привели к перераспределению информационных потоков и трансформации медиарынка в условиях внешних ограничений. В результате активной цифровизации медиапространства все больший объем свободного времени россиян приходится на потребление цифровых медиапродуктов и сервисов [1]. Уже к 2023 году индустрия медиа и развлечений частично адаптировалась к новым условиям, восстановив баланс после шоковых изменений бизнес-среды [4].

Журналистика исторически выполняла функцию общественного контроля, обеспечивая критический анализ социально значимых событий и стремясь к объективному информированию общества. PR-коммуникации, напротив, ориентированы на формирование позитивного имиджа организации, управление репутацией и воздействие на общественное мнение.

Несмотря на различие целей и функций, журналистика и PR традиционно находились в тесном взаимодействии: журналисты обращались к официальным источникам, а PR-специалисты обеспечивали присутствие в медиапространстве через экспертные комментарии и пресс-релизы.

Цифровые платформы позволили организациям обращаться к аудитории напрямую. Традиционные медиапосредники утратили часть своей функции связующего звена между источником информации и её получателем, а алгоритмы распределения внимания стали продвигать контент с высокой вовлечённостью независимо от его качества и происхождения.

Деловые и экономические издания России демонстрируют подобные механизмы взаимодействия. «Ведомости» и «Коммерсантъ» при освещении экономических новостей регулярно используют официальные заявления компаний как ключевые источники информации, а пресс-релизы и комментарии корпоративных

представителей становятся основой аналитических материалов о стратегиях бизнеса, финансовых результатах и рыночной конъюнктуре, что ускоряет процесс публикации. При этом корпоративные коммуникации получают дополнительные возможности влияния на формирование медиаповестки.

Журналисты всё в большей степени зависят от внешних информационных источников, среди которых значительное место занимают PR-структуры. Онлайн-СМИ, социальные сети и цифровые платформы существенно ускорили производство и распространение медиаконтента. Конкуренция за внимание аудитории приводит к необходимости оперативного реагирования на информационные поводы, что усиливает зависимость редакций от готовых материалов.

Сергеев А. С. отмечает существенные изменения в профессиональной журналистской практике под влиянием цифровизации, при которой алгоритмы и цифровые платформы трансформируют структуру профессиональных функций: один специалист часто выполняет полный цикл подготовки материала от сбора до публикации [5]. При этом оперативность становится приоритетнее глубины анализа, что снижает качество аналитических публикаций.

Подготовка самостоятельных расследований требует значительных временных и ресурсных затрат, что замедляет публикационную активность и снижает конкурентоспособность редакций. Онлайн-СМИ РБК, Lenta.ru, Gazeta.ru особенно чувствительны к данному фактору и всё чаще используют материалы пресс-служб как основу публикаций.

Цифровые платформы трансформировали взаимодействие организаций с аудиторией. Корпоративные блоги, официальные каналы на видеохостингах, мессенджерах и социальных сетях. Инструменты цифровой среды, такие как Telegram, ВКонтакте и YouTube, новостные агрегаторы, формируют альтернативные каналы распространения информации, снижая зависимость от традиционных СМИ. Данные исследования РОМИР за IV квартал 2024 г. подтверждают перераспределение медиапотребления: телевидение остаётся основным источником информации для 41% респондентов, но значительная доля аудитории ориентируется на цифровые каналы, включая Telegram (18%), онлайн-ресурсы (12%), «ВКонтакте» и YouTube (6%), тогда как радио сохраняет минимальную долю (3%) [6].

PR-структуры усилили влияние на медиапроцессы, вследствие чего журналисты сталкиваются с выбором между созданием оригинального контента и использованием готовых материалов организаций.

Международная практика демонстрирует аналогичные тенденции. В исследовании «Copy, paste, and publish: a systematic review of churnalism as a journalistic practice» фиксируется широкое использование внешних материалов, включая готовые корпоративные сообщения [9]. Объём информационного потока и скорость его распространения вынуждают журналистов опираться на внешние источники при подготовке новостных материалов.

Гибридизация медиаконтента усиливается под воздействием экономических факторов. Рекламная модель и подписка, традиционно обеспечивавшие доход СМИ, теряют устойчивость: снижается платежеспособность аудитории, увеличивается потребление бесплатного контента, а социальные платформы перераспределяют рекламные бюджеты. Это приводит к сокращению финансирования аналитических и расследовательских материалов и росту зависимости от готовых информационных продуктов. Существенная часть контента в онлайн-СМИ формируется на основе пресс-релизов и сообщений пресс-служб, особенно в региональных медиа с ограниченными ресурсами.

Опрос Rambler&Co в февраль 2026 г. показал, что 59% респондентов стремятся перепроверять информацию при громких событиях, но только 20% обращаются к первоисточникам [7]. При этом 48% доверяют информации при наличии ссылок на первичные документы. Сравнение с традиционными медиа подтверждает эту тенденцию: печатная пресса сохраняет пространство для аналитики и проверки фактов, тогда как цифровые издания, стремясь к оперативности, чаще опираются на готовые PR-материалы. В этом и состоит суть трансформации информационной повестки под влиянием цифровой среды.

Организации и государственные структуры получили возможность прямого выхода к аудитории, минуя традиционных медиапосредников. Пресс-релизы, новости и экспертные комментарии распространяются мгновенно, что ускоряет информационный обмен и усиливает интеграцию PR и журналистики.

Алгоритмические механизмы позволяют сегментировать аудиторию и направлять контент на конкретные группы пользователей. Формы подачи контента в виде инфографики, видеоформатоами, нативной рекламы способствуют размыванию границ между журналистикой и PR.

Собственные цифровые каналы крупных корпораций и государственных структур превратились в полноценный инструмент коммуникации с аудиторией. Ростех, Сбербанк и Яндекс через свои медийные подразделения ведут корпоративные блоги, публикуют официальные позиции в социальных сетях, выпускают аналитические материалы, к которым журналисты обращаются при подготовке публикаций. Twitter,

LinkedIn и собственные цифровые платформы служат международным корпорациям для распространения корпоративных сообщений. Это существенно влияет на стратегию освещения отраслевых новостей.

Результаты проведённого контент-анализа показали структуру источников новостной информации в российских онлайн-СМИ (рисунок 1).

Рис. 1. Основные источники новостной информации в российских онлайн-СМИ.
Fig. 1. Main sources of news information in Russian online media.

Наиболее значительную долю составляют официальные заявления и пресс-релизы государственных и корпоративных структур - 34%. Далее следуют комментарии экспертов и представителей организаций - 26%. Собственные журналистские материалы (репортажи и расследования) занимают - 21% выборки, использование социальных сетей и цифровых платформ - 12%, прочие источники - 7%.

Полученные данные свидетельствуют о преобладании институциональных источников информации в структуре новостного контента российских онлайн-СМИ. Это отражает усиливающуюся зависимость редакций от внешних информационных потоков, рост роли готовых информационных материалов, поступающих от государственных и корпоративных структур. Одновременно фиксируется снижение доли оригинальных журналистских материалов, что указывает на трансформацию профессиональных практик в цифровой медиасреде. Экономическая и политическая журналистика формируется из нескольких типов источников, и все они регулярно цитируются СМИ, определяя информационную повестку.

PR-контент входит в журналистику разными путями, например, компании и государственные органы выпускают пресс-релизы, насыщенные официальными комментариями, статистическими данными и экспертными оценками, а журналисты используют эти документы как основу для новостных публикаций. Редактор, пренебрегающий критическим анализом таких источников, фактически транслирует аудитории корпоративную или политическую повестку.

Журналисты активно используют отчеты социологических организаций, консалтинговых компаний и аналитических агентств, данные государственных ведомств и международных организаций при подготовке аналитических и новостных текстов. Такое расширение спектра источников приводит к тому, что информационная повестка формируется не только на основе редакционных материалов, но и под влиянием институционально произведенных данных, которые задают рамку интерпретации событий.

Социологические организации с многолетней историей работы (Левада-Центр, Фонд «Общественное мнение», ВЦИОМ) систематически изучают общественное мнение, проводя опросы граждан по экономическим и социально-политическим темам, отслеживая уровень доверия аудитории к средствам массовой информации, анализируя восприятие актуальных событий и медиапредпочтения. Благодаря такому мониторингу фиксируется динамика общественных настроений, прослеживаются тенденции в том, как складывается информационная повестка.

Консалтинговые компании и аналитические агентства (Mediascope, Ipsos, Nielsen) собирают и систематизируют сведения иного рода: охват аудитории, рейтинги телеканалов, посещаемость интернет-изданий, вовлеченность пользователей социальных сетей, общие характеристики медиапотребления. Эти данные напрямую влияют на редакционные решения, определяя выбор тем и форматов публикаций, усиливая ориентацию СМИ на показатели аудитории и вовлеченности.

Макроэкономические показатели, демографическую статистику, характеристики социальной сферы, данные о рынках и инновационных процессах публикуют государственные ведомства (Росстат) и международные организации (OECD, Всемирный банк). Эти источники формируют объективный статистический фон, который используется журналистами как базовый уровень верификации информации и одновременно создает условия для включения корпоративных и PR-материалов в структуру новостного контента.

В условиях гибридизации медиакоммуникаций особое значение приобретает уровень медиаграмотности аудитории. Медиаграмотность предполагает наличие навыков формулирования запроса и поиска информации, ориентации в окружающем информационном пространстве, способностей к критическому мышлению и анализу информации, умения обеспечивать информационную безопасность [3].

Спонсируемый контент и нативная реклама все активнее маскируется под традиционную журналистику. В цифровой среде подобные публикации регулярно появляются без четкого указания на коммерческое происхождение, и аудитория, воспринимая эти материалы как результат независимого редакционного анализа, формирует искаженное понимание прочитанного, постепенно теряя способность отделять рекламу от журналистики и утрачивая доверие к медиапространству.

PR-специалисты активно снабжают СМИ готовыми интервью и экспертными мнениями, что порождает риск манипуляции контентом через отбор исключительно благоприятных позиций и замалчивание критических оценок.

Международные редакционные руководства обязывают маркировать спонсируемые и корпоративные материалы. В Российской практике была введена обязательная маркировка рекламы в России 1 сентября 2022 года. Эти изменения внесены в Федеральный закон «О рекламе» (Федеральный закон от 02.07.2021 №347-ФЗ). Такая практика укрепляет доверие аудитории, снижает риск введения пользователей в заблуждение. Исследователи фиксируют: когда нативная реклама остается без прозрачного обозначения, у читателей возникает ощущение манипуляции, а доверие к медиаплощадкам падает [8]. Четкое указание на рекламный характер контента, напротив, помогает аудитории воспринимать информацию более осознанно.

Е. Л. Вартанова отмечает, что по мере того, как пользователи социальных медиа обращают меньше внимания на источник потребляемого контента и руководствуются, осознанно или неосознанно, мнением друзей или рекомендательными алгоритмами, тексты профессиональных журналистов оказываются в одном ряду с текстами любителей - пиарщиков, рекламистов, инфлюенсеров [2].

Reuters Institute for the Study of Journalism указывает на возрастающую роль организованных источников информации и платформ в качестве ключевых каналов распространения новостей, где эта тенденция влияет на структуру потребления медиаконтента и на уровень доверия со стороны аудитории [10]. Пользователи обращаются к цифровым каналам с нарастающей частотой, а источники разного происхождения в этих каналах объединяются в единый информационный поток.

Международные исследования фиксируют прямую связь между доверием к новостям и двумя факторами: прозрачностью источников и возможностью верифицировать сведения [8]. Структура информационных каналов перестраивается, и параллельно аудитория повышает требования к качеству контента. Объем институциональных материалов растет, поэтому корректное цитирование, указание происхождения данных и следование стандартам достоверности становятся критически необходимыми.

Выводы

Проведённое исследование позволило установить устойчивую тенденцию к гибридизации журналистики и PR в российской цифровой медиасреде. Результаты контент-анализа 300 публикаций онлайн-СМИ показали доминирование институциональных источников информации в структуре новостного контента. Наиболее значительную долю составляют пресс-релизы и официальные заявления (34%), комментарии представителей организаций и экспертов (26%). Доля оригинальных журналистских материалов составляет 21%, что свидетельствует о существенной зависимости редакций от внешних информационных потоков.

Эмпирические данные фиксируют смещение функциональной роли журналистики в сторону переработки и адаптации готовых институциональных сообщений, что снижает долю самостоятельного новостного производства и усиливает влияние PR-структур на формирование медиаповестки.

Выявленные закономерности позволяют уточнить представления о характере гибридизации медиасистемы, которая проявляется не как равновесное сближение журналистики и PR, а как асимметричная структура взаимодействия с преобладанием институционально произведённого контента в новостном потоке.

Список источников

1. Ачкасова К. Медиапотребление 2024/Mediascope. 2024. Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/f33/ual5i70kf7n9df7qzkq0gf238bidh3xv/Медиапотребление%202024_НАТ_27.08.2024.pdf (дата обращения: 25.03.2026).
2. Вартанова Е.Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-posledstviyah-tsifrovoy-transformatsii-mediasredy (дата обращения: 26.03.2026).
3. Вартанова Е.Л., Вихрова О.Ю., Самородова А.Б. Медиаобразование в контексте становления цифровой культуры общества // Меди@льманах. 2019. № 5. С. 8-10. DOI: 10.30547/mediaalmanah.5.2019.810.
4. Плотников В.А., Радушинская А.И., Шамина О.А., Шарапова О.А. Анализ рынка медиаиндустрии: состояние, драйверы роста и тенденции развития // Практический маркетинг. 2024. № 11. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rynka-mediaindustrii-sostoyanie-drayvery-rosta-i-tendentsii-razvitiya (дата обращения: 01.04.2026).
5. Сергеев А.С. Трансформация журналистского труда в условиях цифровизации и алгоритмизации медиапроизводства // Вопросы теории и практики журналистики. 2025. Т. 14. № 4. С. 650 – 666. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(4).650-666.
6. РОМИР. Динамика медиапотребления в России: россияне стали меньше доверять: данные за IV квартал 2024 года [Электронный ресурс]. URL: https://romir.ru/feed/dinamika-mediapotrebleniya-v-rossii-rossiyane-stali-menshe-doveryat-dannye-romir-za-iv-kvartal-2024-goda (дата обращения: 02.04.2026).
7. Rambler&Co. Россияне о проверке достоверности информации в новостях // Газета.Ru [Электронный ресурс]. 25.02.2026. URL: https://news.rambler.ru/tech/56092369-rambler-co-59-soobschili-o-privychke-pereproveryat-rezonansnye-novosti (дата обращения: 03.04.2026).
8. Blending in or standing out? The disclosure dilemma of ad cues in social media native advertising // Journal of Interactive Advertising. 2025. Vol. 25. P. 1 – 18.
9. Copy, paste, and publish: a systematic review of churnalism as a journalistic practice // Annals of Communication Association. 2025. P. 1 – 14. DOI: 10.1093/anncom/wlaf014.
10. Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2024. Oxford: University of Oxford, 2024. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf (дата обращения: 28.03.2026).

References

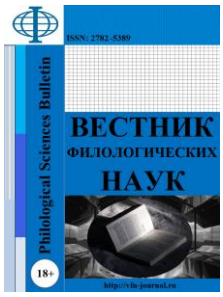
1. Achkasova K. Media Consumption 2024/Mediascope. 2024. Available at: https://mediascope.net/upload/iblock/f33/ual5i70kf7n9df7qzkq0gf238bidh3xv/Медиаподъемление%202024_НАТ_27.08.2024.pdf (accessed: 25.03.2026).
2. Vartanova E.L. On the Consequences of the Digital Transformation of the Media Environment. Media. 2022. No. 2 (109). Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-posledstviyah-tsifrovoy-transformatsii-mediasredy (accessed: 26.03.2026).
3. Vartanova E.L., Vikhrova O.Yu., Samorodova A.B. Media education in the context of the formation of the digital culture of society. Medi@lmanah. 2019. No. 5. P. 8 – 10. DOI: 10.30547/mediaalmanah.5.2019.810.
4. Plotnikov V.A., Radushinskaya A.I., Shamina O.A., Sharapova O.A. Analysis of the media industry market: state, growth drivers and development trends. Practical Marketing. 2024. No. 11. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rynka-mediaindustrii-sostoyanie-drayvery-rosta-i-tendentsii-razvitiya (accessed: 01.04.2026).
5. Sergeev A.S. Transformation of journalistic work in the context of digitalization and algorithmization of media production. Issues of the theory and practice of journalism. 2025. Vol. 14. No. 4. P. 650 – 666. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(4).650–666.
6. ROMIR. Dynamics of media consumption in Russia: Russians have become less trusting: data for the fourth quarter of 2024 [Electronic resource]. URL: https://romir.ru/feed/dinamika-mediapotrebleniya-v-rossii-rossiyane-stali-menshe-doveryat-dannye-romir-za-iv-kvartal-2024-goda (accessed: 02.04.2026).
7. Rambler&Co. Russians on Verifying the Reliability of Information in the News. Gazeta.Ru [Electronic resource]. 25.02.2026. URL: https://news.rambler.ru/tech/56092369-rambler-co-59-soobschili-o-privychke-pereproveryat-rezonansnye-novosti (accessed: 03.04.2026).
8. Blending in or standing out? The disclosure dilemma of ad cues in social media native advertising. Journal of Interactive Advertising. 2025. Vol. 25. P. 1 – 18.

9. Copy, paste, and publish: a systematic review of churnalism as a journalistic practice. Annals of Communication Association. 2025. P. 1 – 14. DOI: 10.1093/anncom/wlaf014.
10. Reuters Institute for the Study of Journalism. Digital News Report 2024. Oxford: University of Oxford, 2024. Available at: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf (accessed: 28.03.2026).

Информация об авторах

Расторгуев А.В., *Автономная некоммерческая организация высшего образования «Московский университет «Синергия», rastorguev.a.v@mail.ru*

© Расторгуев А.В., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (английский язык) (филологические науки)
УДК 811.111
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-105-110

[1] ***Скулимовская Д.А.*** [1] ***Иркутский государственный университет***

Конструирование политического смысла в медиадискурсе: интерпретативный аспект

Аннотация: *в статье анализируется интерпретация речевых актов во вторичных жанрах политического медиадискурса. Рассматривается когнитивно-прагматический подход к интерпретации, согласно которому журналисты выступают посредниками, конструирующими смысл политических высказываний с учетом редакционной политики СМИ, политических взглядов и ожиданий аудитории. В рамках исследования были проанализированы механизмы актуализации иллокутивной силы и коммуникативной интенции высказывания; выявлена роль журналиста как посредника и интерпретатора, формирующего смысл политического сообщения; была исследована вариативность стратегий дескрипции (de dicto / de re) и их влияние на интерпретацию и восприятие аудитории; рассмотрены метакоммуникативные глаголы, способствующие конструированию вторичных смыслов. Обосновано, что медиадискурс не только отражает, но и перераспределяет смысл политических высказываний, изменяя их персуазивный потенциал и влияя на восприятие политической коммуникации.*

Ключевые слова: *интерпретация, политический дискурс, медиадискурс, речевой акт, первичный жанр, вторичный жанр, журналист-интерпретатор*

Для цитирования: Скулимовская Д.А. Конструирование политического смысла в медиадискурсе: интерпретативный аспект // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 105 – 110. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-105-110

Поступила в редакцию: 14 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] ***Skulimovskaya D.A.*** [1] ***Irkutsk State University***

Construction of political meaning in media discourse: the interpretive aspect

Abstract: *the subject matter of the paper is the interpretation of speech acts in secondary genres of political media discourse. It considers a cognitive-pragmatic approach to interpretation, according to which journalists act as intermediaries constructing the meaning of political statements, taking into account the editorial policies of the media, political views, and audience expectations. Within the framework of the study, the mechanisms for actualizing the illocutionary force and communicative intention of utterances were analyzed; the role of the journalist as a mediator and interpreter shaping the meaning of political messages was identified; the variability of descriptive strategies (de dicto / de re) and their influence on audience interpretation and perception were examined; and metacommunicative verbs contributing to the construction of secondary meanings were explored. The article reveals that media discourse not only reflects but also redistributes the meaning of political utterances, altering their persuasive potential and influencing the perception of political communication.*

Keywords: *interpretation, political discourse, media discourse, speech act, primary genre, secondary genre, interpretative journalist*

For citation: Skulimovskaya D.A. Construction of political meaning in media discourse: the interpretive aspect. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 105 – 110. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-105-110

The article was submitted: April 14, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Вторичные тексты, занимая периферийное положение в жанровой структуре политического дискурса, характеризуются синкретизмом, проявляющимся в сочетании признаков политического дискурса с элементами других дискурсов, таких как массмедийный, рекламный, научный, художественный и бытовой дискурсы. Как отмечает Е.И. Шейгал, дискурс, с одной стороны, определяется как политический по субъектному и по тематическому критериям, а с другой стороны, его политическая принадлежность обусловлена исключительно тематикой и реализуется в периферийных жанрах, смежных с собственно политическим дискурсом [11]. В условиях публичной институциональной коммуникации непрофессиональные участники (массовая аудитория) преимущественно занимают позицию пассивного наблюдателя, получающего сведения о коммуникативных процессах посредством средств массовой информации [11, 10]. В медиадискурсе политические тексты преобразуются в объекты оценки, которая осуществляет их критическое и оценочное осмысление, а также интерпретативное комментирование политического содержания высказываний. Исходное высказывание политика утрачивает статус исключительно первичного речевого акта и становится основой для формирования вторичных смыслов, конструируемых в соответствии с коммуникативными установками журналиста.

Материалы и методы исследований

Исследование проводилось на материале корпуса примеров, отобранных из новостных и информационно-аналитических публикаций, размещенных в англоязычных электронных периодических изданий The New York Times, Interfax, The Guardian, CBS News, Daily Mail, Bloomberg, Economic Times, EurAsia Daily [14 - 16, 18 - 22].

При решении темы исследования использовались такие лингвистические методы как дефиниционный, интерпретационный и дискурсивный анализ.

Результаты и обсуждения

Журналисты, являясь представителями различных социальных сообществ, освещают политические события и процессы в рамках идеологически обусловленного института СМИ, институциональные и социальные установки которого формируют восприятие социальной действительности и способы её интерпретации и информирования общественности [4, с. 150-153]. Средства массовой информации выступают не только каналом передачи информации, но и активным агентом конструирования социальной реальности, влияя на формирование общественного мнения, ценностных ориентаций и когнитивных моделей восприятия окружающего мира.

Анализ медиадискурса с точки зрения его посреднической функции актуализирует методологический подход к интерпретации политического дискурса, предложенный В.З. Демьянковым [6]. Интерпретация с позиций когнитивной лингвистики понимается как сложный когнитивный механизм, проявляющийся как в виде процесса, так и в виде результата конструирования смысла, на основе речевых и / или неречевых действий [5]. Данное определение позволяет трактовать интерпретацию не как пассивное отражение содержания, а как активную ментальную деятельность субъекта, в ходе которой происходит соотнесение воспринимаемой информации с уже имеющимися знаниями, когнитивными схемами и культурными моделями.

Центральным элементом интерпретативного подхода к изучению политического дискурса является перспектива анализа с позиции «потребителя–интерпретатора» [6]. В рассматриваемом подходе интерпретация определяется как коммуникативный акт, через который адресат получает информацию о речевом действии, при этом особое внимание уделяется его иллокутивной силе и социально-прагматическим аспектам [7].

Интерпретация представляет собой когнитивно-прагматический процесс конструирования значения, ориентированный на достижение специфических коммуникативных целей. В этом процессе языковое выражение трансформируется в речевое значение, которое актуализируется как смысл, учитывающий иллокутивные характеристики, социально-прагматический контекст и восприятие участников дискурса, что особенно важно при анализе политической коммуникации и медиадискурса [6]. Значения формируются интерпретатором и не заложены непосредственно в языковой форме. При этом интерпретация политического текста, представленного средствами массовой информации, обладает всеми указанными выше характеристиками.

Речевое событие первичного текста интерпретируется в медиадискурсе как когнитивно-прагматический процесс, в ходе которого из множества компонентов речевого акта выделяются его иллокутивная сила и

социально-прагматические характеристики, которые осуществляют актуализацию его смыслового содержания. Владение речевыми, социальными и культурными конвенциями является ключевым для интерпретации, так как обеспечивает связь между эксплицитными и имплицитными аспектами речевого акта, актуализирует его иллокутивную силу и обеспечивает понимание коммуникативных и социально-прагматических интенций участников коммуникации.

Комментирование политического содержания речевых действий предполагает выявление имплицитных интенций субъекта политической коммуникации и конструирование смысла через ментальные модели интерпретатора, которые отражают его субъективное осмысление протекающей коммуникативной ситуации [3].

Сообщения о речевом акте, представленные в нарративе, могут трактоваться как констативные высказывания [12], а также как интерпретация речевого действия с внешней позиции наблюдателя [1].

Журналист, передавая речевое действие политического деятеля, функционирует не как посредник в передаче информации, но как активный ретранслятор, который преобразует исходное высказывание в соответствии с задачами медийной коммуникации [11, с. 378]. Журналист осуществляет когнитивно-прагматическую интерпретацию: выделяет значимые элементы высказывания, структурирует их, задает определенные акценты и тем самым формирует рамку восприятия для аудитории. Признаком речевого акта, репрезентированного «со стороны», служит употребление перформативного глагола в третьем лице, когда говорящий выступает в роли посредника, который обеспечивает передачу сообщения адресату и актуализирует иллокутивную силу.

При интерпретации речевого акта перформативные предикаты преобразуются в метакоммуникативные, которые включают оценку ситуации и личностные характеристики наблюдателя. Метакоммуникативный предикат, репрезентируя действие, одновременно отражает текущую коммуникативную ситуацию и учитывает прецедентную или предшествующую коммуникативную ситуацию [2] Дескрипция речевого акта с внешней позиции может не совпадать с тем, как он воспринимается и репрезентируется его субъектом изнутри. Для анализа того, как коммуникативная интенция политика интерпретируется со стороны внешнего наблюдателя, представляется целесообразным обратиться к изучению языковых средств репрезентации речевого акта в медиатекстах.

Дескрипция журналистом речевого акта политического деятеля основывается на выборе определённой стратегии, реализуемой в модусах *de dicto* и *de re*. В случае применения стратегии *de dicto* журналист стремится к максимально точной передаче содержания высказывания в его исходной формулировке, тогда как стратегия *de re* допускает интерпретативное вмешательство, позволяя автору внедрять собственное понимание чужого речевого акта и транслировать аудитории реконструированные, в том числе имплицитные, интенции субъекта высказывания [1].

Рассмотрим пример, в котором президент США Д. Трамп информирует о приостановке военных атак на иранскую энергетическую инфраструктуру: *I have instructed the Department of War to postpone any and all military strikes against Iranian power plants and energy infrastructure for a five day period, subject to the success of the ongoing meetings and discussions* [23]. В медиатекстах репрезентация речевого акта президента осуществляется в модусе *de dicto,* о чем свидетельствует введение пропозиционального содержания посредством предиката речи *say*: *Trump* ***says*** *he will postpone strikes on Iran's power plants after "productive conversations"* [19].

В процессе медиакоммуникации журналист выступает субъектом, конструирующим интерпретацию предполагаемых скрытых интенций политика, ориентированную на аудиторию. Такая интерпретация реализуется посредством использования глаголов с семантической структурой, включающей интерпретативные и оценочные компоненты, что позволяет осуществлять когнитивно-прагматическую рефлексию и модификацию смысла политического высказывания в медиадискурсивном контексте. Примеры таких глаголов включают заявление (*declare*), откладывание действий (*delay*) и приказ (*order)*:

Trump ***declares*** *he has postponed all military strikes on Iran's power plants for five days after 'good conversations' with Tehran regarding 'complete and total resolution of hostilities'* [15];

Trump ***delays*** *strikes on Iran power, energy plants for five days, citing 'very good and productive conversations'* [16];

Trump ***orders*** *five-day pause on Iran power plant strikes* [17].

В следующем речевом акте президента США Д. Трампа, адресованный своему кабинету министров во время встречи в Белом доме: *It will not be a world war, but it'll be an economic war, and an economic war is going to be bad. It's going to be bad for Russia, and I don't want that. It's very serious what I have in mind, if I have to do it* [21] сообщается о последующих экономических последствиях для Российской Федерации, если не начнутся

переговоры об урегулировании конфликта. Журналисты в медиатексе осуществляют интерпретацию высказывания президента в модусе *de dicto, ср.*: *Trump **says** 'economic war' on Russia possible unless Ukrainian conflict ends* [18]. Также репортеры дают дескрипцию рассматриваемого высказывания президента при помощи метакоммуникативного глагола *announce:* «*Trump **announced** the likelihood of an "economic war" against Russia over Ukraine* [14]. Данный предикат вводит дополнительный семантический компонент ‘официально сообщить что-либо о принятом решении’ (*to announce* – to tell people something officially, especially about a decision, plans [13]). Использование глагола *announce* акцентирует официальность выказывания, целенаправленность и значимость в политическом контексте. Различные интерпретации первичного текста в медиадискурсе акцентируют внимание на различных иллокутивных намерениях передаваемого сообщения. Описание речевого акта, ориентированное на широкую аудиторию, интерпретируется, таким образом, что в нём профилируется интенция предупреждения, как суждение о вероятности наступления потенциально опасного и неприятного события (*to warn* – to tell somebody about something, especially something dangerous or unpleasant that is likely to happen, so that they can avoid it [13]), ср.: *Trump **warns of** ‘massive conflict’ soon if Iran nuclear talks break down* [22]. Медийная интерпретация речевого акта президента как предупреждения о негативных событиях для Ирана (если его правительство не пойдет на встречу США по вопросу ядерной программы) адресована правительству и гражданам Ирана, чтобы побудить их к принятию решения о необходимости выполнять указания США. Также в медийной интерпретации данный речевой акт освещается журналистом как угроза, ср: *Trump **threatens** Russia with ‘economic war’ if Putin resists peace talks with Zelenskiy* [20]. В рамках речевого акта угрозы адресант эксплицирует намерение самому осуществить санкционные меры в случае невыполнения адресатом требуемого каузируемого действия, а в речевом акте предупреждения исполнителем негативных последствия для адресата является не адресант [8]. В данном примере, журналист-интерпретатор, избирая для дескрипции речевой акт угрозы наделяет политика-адресанта ответственностью за реализацию последующих негативных действий по отношению к государству Иран.

Вариативность в дескриптивных характеристиках репрезентации медиадискурса обусловлена коммуникативной интенцией автора-интерпретатора [9]. Политический дискурс может сопровождаться типами текстов, выполняющими функцию интерпретации и комментирования исходного высказывания, что способно модифицировать его персуазивный потенциал в рамках реализации дискурсивной власти. В результате происходит не только трансляция содержания первичного речевого акта, но и его переосмысление, при котором акцентируются определенные имплицитные интенции адресанта.

Выводы

Таким образом, интерпретация речевого акта во вторичных жанрах политического медиадискурса представляет собой когнитивно-прагматический процесс, в котором журналисты-интерпретаторы выступают посредниками, конструирующими смысл высказывания с учетом редакционной политики средств массовой информации, политических взглядов журналиста, целевой аудитории. Вторичные жанры, сочетая элементы политического и медиадискурсивного дискурсов, демонстрируют вариативность жанровых форм и стратегий дескрипции (*de dicto / de re*), влияющих на актуализацию иллокутивной силы. Метакоммуникативные глаголы в медиатекстах выполняют ключевую роль в актуализации иллокутивной силы и в реализации коммуникативных и социально-прагматических интенций участников дискурса. Вариативность дескриптивных характеристик медиатекстов обусловлена коммуникативной интенцией журналиста-интерпретатора, что подчёркивает его роль как посредника политической информации. Медийные интерпретации речевых актов позволяют перераспределять смысл политических высказываний, изменяя их персуазивный потенциал и влияя на восприятие аудиторией политической коммуникации.

Список источников

1. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира (на примере русской грамматики). М.: Языки русской культуры, 1997. 576 с.
2. Гуревич Л.С. Когнитивное пространство метакоммуникации. Иркутск: ИГЛУ, 2009. 372 с.
3. Дейк Т.А. ван Дискурс и знание. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 13 (156). № 18. С. 5 – 23.
4. Дейк Т.А. ван Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БКГ им. И.А. Бодуэна де Куртуне, 2000. 308 с.
5. Демьянков В.З. Интерпретация как инструмент и как объект лингвистики. Вопросы филологии. 1999. № 2. С. 5 – 13.
6. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие. М.: Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2003. С. 116 – 133.

7. Демьянков В.З. Понимание как интерпретирующая деятельность // Вопросы языкознания. 1983. № 6. С. 58 – 67.
8. Скулимовская Д.А. Угроза под маской предупреждения в англоязычном политическом дискурсе. Лингвистика и лингводидактика в свете современных научных парадигм: сборник научных трудов. Иркутск: ООО "Типография "Аспринт", 2024. С. 75 – 82.
9. Стексова Т.И. Вариативность жанровой интерпретации в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2017. № 4 (64). С. 28 – 35.
10. Суханов Ю.Ю. Политический дискурс как объект лингвистического анализа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9. № 1. С. 200 – 212.
11. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.; Волгоград: Перемена, 2000. 365 с.
12. Austin J.L. How to Do Things with Words. Oxford: The Clarendon Press, 1962. 174 p.
13. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus [Electronic resource]. URL: https://dictionary.cambridge.org (дата обращения: 11.03.2022).
14. Trump announced the likelihood of an "economic war" against Russia over Ukraine. 2025. URL: https://eadaily.com/en/news/2025/08/27/trump-announced-the-likelihood-of-an-economic-war-against-russia-over-ukraine?ysclid=mncpbsk8gz311448287 (дата обращения: 15.02.2026).
15. Trump declares he has postponed all military strikes on Iran's power plants for five days after 'good conversations' with Tehran regarding 'complete and total resolution of hostilities'. 2026. URL: https://www.dailymail.co.uk/news/article-15671059/Trump-declares-postponed-military-strikes-Irans-power-plants-five-days-good-conversations-Tehran-regarding-complete-total-resolution-hostilities.html (дата обращения: 23.04.2026).
16. Trump delays strikes on Iran power, energy plants for five days, citing ‘very good and productive conversations’. 2026. URL: https://nypost.com/2026/03/23/us-news/trump-delays-strikes-on-iran-power-energy-plants-for-five-days-citing-very-good-and-productive-conversations/ (дата обращения: 23.04.2026).
17. Trump Orders Five-Day Pause on Iran Power Plant Strikes. 2026. URL: https://sputnikglobe.com/20260323/trump-says-instructed-pentagon-to-postpone-us-strikes-on-iranian-power-plants-for-five-days-1123881104.html?ysclid=mn4i1h06o39679677 (дата обращения: 23.04.2026).
18. Trump says 'economic war' on Russia possible unless Ukrainian conflict ends. 2025. URL: https://interfax.com/newsroom/top-stories/113463/?ysclid=mncpmgb8k047264265 (дата обращения: 15.02.2026).
19. Trump says he will postpone – Trump says he will postpone strikes on Iran's power plants after "productive conversations". 2026. URL: https://www.cbsnews.com/news/trump-says-postpone-strikes-iran-nuclear-power-plants/ (дата обращения: 23.04.2026).
20. Trump threatens Russia with ‘economic war’ if Putin resists peace talks with Zelenskiy. 2025. URL: https://economictimes.indiatimes.com/news/international/world-news/trump-threatens-russia-with-economic-war-if-putin-resists-peace-talks-with-zelenskiy/articleshow/123538406.cms (дата обращения: 15.02.2026).
21. Trump Warns of ‘Economic War’ If Putin Doesn’t Pursue Peace. 2025. URL:https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-08-26/trump-warns-of-economic-war-if-putin-doesn-t-pursue-peace (дата обращения: 15.02.2026).
22. Trump warns of ‘massive conflict’ soon if Iran nuclear talks break down. 2025. URL: https://www.theguardian.com/world/2025/jun/12/un-watchdog-finds-iran-failing-comply-nuclear-obligations (дата обращения: 15.02.2026).
23. Truth Social. 2026. URL: https://truthsocial.com/@realDonaldTrump/ posts/116278232362967212 (дата обращения: 23.04.2026).

References

1. Bulygina T.V., Shmelev A.D. Language Conceptualization of the World (Based on Russian Grammar). Moscow: Languages of Russian Culture, 1997. 576 p.
2. Gurevich L.S. The Cognitive Space of Metacommunication. Irkutsk: Irkutsk State Linguistic University, 2009. 372 p.
3. Dijk T.A. van Discourse and Knowledge. Scientific Bulletin of Belgorod State University. Series: Humanities. 2013. No. 13 (156). No. 18. P. 5 – 23.
4. Dijk T.A. van Language. Cognition. Communication. B.: Baudouin de Courtune BCG, 2000. 308 p.
5. Dem'yankov V.Z. Interpretation as a Tool and as an Object of Linguistics. Issues of Phylology. 1999. No. 2. P. 5 – 13.

6. Dem'yankov V.Z. Interpretation of Political Discourse in the Media. The Language of the Media as an Object of Interdisciplinary Research: A Tutorial. Moscow: Publishing House of M.V. Lomonosov Moscow State University, 2003. P. 116 – 133.

7. Dem'yankov V.Z. Understanding as an Interpretive Activity. Issues. 1983. No. 6. P. 58 – 67.

8. Skulimovskaya D.A. Threat Disguised as a Warning in English-Language Political Discourse. Linguistics and Lingvodidactics in Light of Modern Scientific Paradigms: A Collection of Scientific Papers. Irkutsk: OOO "Tipographia "Asprint", 2024. P. 75 – 82.

9. Steksova T.I. Variability of genre interpretation in political discourse. Political linguistics. 2017. No. 4 (64). P. 28 – 35.

10. Sukhanov Yu.Yu. Political discourse as an object of linguistic analysis. Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Theory of language. Semiotics. Semantics. 2018. Vol. 9. No. 1. P. 200 – 212.

11. Sheigal E.I. Semiotics of political discourse. Moscow; Volgograd: Peremena, 2000. 365 p.

12. Austin J.L. How to Do Things with Words. Oxford: The Clarendon Press, 1962. 174 p.

13. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus [Electronic resource]. URL: https://dictionary.cambridge.org (accessed: 11.03.2022).

14. Trump announced the likelihood of an “economic war” against Russia over Ukraine. 2025. URL: https://eadaily.com/en/news/2025/08/27/trump-announced-the-likelihood-of-an-economic-war-against-russia-over-ukraine?ysclid=mncpbsk8gz311448287 (accessed: 15.02.2026).

15. Trump declares he has postponed all military strikes on Iran's power plants for five days after 'good conversations' with Tehran regarding 'complete and total resolution of hostilities'. 2026. URL: https://www.dailymail.co.uk/news/article-15671059/Trump-declares-postponed-military-strikes-Irans-power-plants-five-days-good-conversations-Tehran-regarding-complete-total-resolution-hostilities.html (accessed: 23.04.2026).

16. Trump delays strikes on Iran power and energy plants for five days, citing ‘very good and productive conversations’. 2026. URL: https://nypost.com/2026/03/23/us-news/trump-delays-strikes-on-iran-power-energy-plants-for-five-days-citing-very-good-and-productive-conversations/ (accessed: 23.04.2026).

17. Trump Orders Five-Day Pause on Iran Power Plant Strikes. 2026. URL: https://sputnikglobe.com/20260323/trump-says-instructed-pentagon-to-postpone-us-strikes-on-iranian-power-plants-for-five-days-1123881104.html?ysclid=mn4i1h06o39679677 (accessed: 23.04.2026).

18. Trump says 'economic war' on Russia possible unless Ukrainian conflict ends. 2025. URL: https://interfax.com/newsroom/top-stories/113463/?ysclid=mncpmgb8k047264265 (accessed: 15.02.2026).

19. Trump says he will postpone – Trump says he will postpone strikes on Iran's power plants after "productive conversations". 2026. URL: https://www.cbsnews.com/news/trump-says-postpone-strikes-iran-nuclear-power-plants/ (accessed: 23.04.2026).

20. Trump threatens Russia with ‘economic war’ if Putin resists peace talks with Zelenskiy. 2025. URL: https://economictimes.indiatimes.com/news/international/world-news/trump-threatens-russia-with-economic-war-if-putin-resists-peace-talks-with-zelenskiy/articleshow/123538406.cms (accessed: 15.02.2026).

21. Trump Warns of ‘Economic War’ If Putin Doesn’t Pursue Peace. 2025. URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-08-26/trump-warns-of-economic-war-if-putin-doesn-t-pursue-peace (accessed: 15.02.2026).

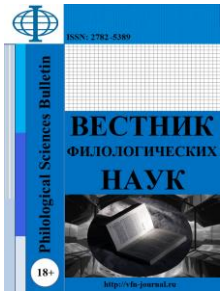
22. Trump warns of 'massive conflict' soon if Iran nuclear talks break down. 2025. URL: https://www.theguardian.com/world/2025/jun/12/un-watchdog-finds-iran-failing-comply-nuclear-obligations (accessed: 15.02.2026).

23. Truth Social. 2026. URL: https://truthsocial.com/@realDonaldTrump/posts/116278232362967212 (accessed: 23.04.2026).

Информация об авторах

Скулимовская Д.А., *кандидат филологических наук, старший преподаватель, Иркутский государственный университет, г. Иркутск, ул. Карла Маркса, д. 1, darya_irk@mail.ru*

© Скулимовская Д.А., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки)
УДК 81-11
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-111-115

[1] Гао Сутонг ***[1] Сианьский нефтяной университет***

Исследование по применению «Умение хорошо рассказывать истории Китая» в преподавании английского языка в вузах

Аннотация: *«Умение хорошо рассказывать истории Китая» – важная задача преподавания английского языка в вузах в новую эпоху. Суть заключается в глубокой интеграции языкового обучения и распространения культуры, в развитии у студентов способности доносить голос и образ Китая на английском языке. Учебник «New Horizon College English», являющийся базовым пособием для вузовского английского языка, предоставляет естественную возможность «хорошо рассказывать истории Китая» благодаря модульной структуре и содержанию обучения. В данной статье, с учетом содержания учебника, целей обучения и особенностей студентов, изучающих «Умение хорошо рассказывать истории Китая», анализируется совместимость между «Умение хорошо рассказывать истории Китая» и «Умение хорошо рассказывать истории Китая», а также исследуется взаимосвязь между ними. Рассматривается последовательный практический путь «языковой ввод – культурное исследование – практические достижения – рефлексия и совершенствование», что позволяет предложить справочный план обучения и рекомендации по интеграции китайских историй в преподавание английского языка в вузах и достижению целей культурного образования.*

Ключевые слова: *английский язык в вузах, чтобы хорошо рассказать историю Китая, новый горизонт английского языка в вузах, молодежь, практический путь*

Для цитирования: Гао Сутонг. Исследование по применению «Умение хорошо рассказывать истории Китая» в преподавании английского языка в вузах // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 111 – 115. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-111-115

Поступила в редакцию: 15 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Gao Sutong ***[1] Xi'an Shiyou University***

A study on the application of "To tell China's stories well" in college English teaching

Abstract: *"To tell China's stories well" is an important mission of college English teaching in the new era. Its core lies in deeply integrating language teaching with cultural dissemination, cultivating students' ability to convey China's voice and image in English. As a mainstream English textbook for universities, "New Horizon College English" provides a natural vehicle for "to tell China's stories well" through its unit themes and teaching content. This article takes Unit 3 (The young generation: making a difference) of Book 2 of this textbook as its starting point, combining the unit's textual content, teaching objectives, and student characteristics to analyze the inherent compatibility between unit teaching and "To tell China's stories well." It explores a progressive practical path of "language input–cultural exploration–practical output–reflection and improvement," providing a referenceable teaching plan and ideas for integrating Chinese stories and implementing cultural education goals in college English teaching.*

Keywords: *college English, to tell China's stories well, new perspectives on college English, the younger generation, practical pathways*

For citation: Gao Sutong. A study on the application of "To tell China's stories well" in college English teaching. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 111 – 115. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-111-115

The article was submitted: April 15, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

С углублением глобализации и усилением международного влияния Китая «качественное изложение истории Китая и эффективное распространение голоса Китая» стало важной задачей высшего образования [1, с. 158, 4, с. 56, 6, с. 175, 8, с. 164]. Как базовый курс, сочетающий инструментальный и гуманистический аспекты, английский язык в вузах несет не только ответственность за развитие языковых навыков студентов, но и миссию передачи китайской культуры и формирования национального имиджа [2, с. 56, 3, с. 106, 5, с. 205]. Однако современное преподавание английского языка в колледжах попрежнему страдает от феномена «акцента на язык, а не на культуру» и «акцента на ввод, а не на результат». Хотя студенты обладают определенным уровнем владения английским языком, им трудно точно и достоверно рассказать историю Китая на английском языке, особенно сочетая актуальные темы с реалиями Китая, чтобы передать дух китайской молодежи и современные коннотации развития Китая [7, с. 122].

Третий раздел второго тома *Курса английского языка для колледжей «Новые горизонты»* посвящен основной теме «Влияние молодого поколения», подчеркивая ответственность и действия китайской молодежи в технологических инновациях и социальном развитии. Текст включает в себя материалы о предпринимательском духе, инновационных практиках и ценностях китайской молодежи, что в значительной степени соответствует основному требованию «Чтобы Хорошо рассказать историю Китая» – «показать образ китайской молодежи и передать философию развития Китая». В данной статье данный раздел используется в качестве примера для углубленного изучения китайских элементов и культурных коннотаций в учебнике, исследуя практические и осуществимые пути, соответствующие реальной практике преподавания. Это направлено на то, чтобы помочь преподаванию английского языка в колледжах достичь двойного улучшения как в «языковой компетентности», так и в «культурной грамотности», действительно выполняя учебную миссию «хорошо рассказывать историю Китая».

Материалы и методы исследований

Суть раздела «Хорошо рассказывать историю Китая» заключается в вопросах «что рассказывать» и «как рассказывать», и учебник является основным носителем этого содержания. Этот раздел, посвященный теме «Молодое поколение: меняя мир», всесторонне демонстрирует дух и практический вклад китайской молодежи посредством текста A, текста B и соответствующих упражнений. Его учебное содержание в значительной степени соответствует коннотациям и целям раздела «Хорошо рассказывать историю Китая», предоставляя естественный инструмент обучения для культурной интеграции.

(I) Тема модуля соответствует основной теме «Истории китайской молодежи»

«Чтобы Чтобы Хорошо рассказать историю Китая», необходимо сосредоточиться на китайских практиках в различных группах и сферах, среди которых истории молодого поколения являются наиболее динамичным и важным контентом, демонстрирующим будущее Китая. Модуль начинается с цитаты из «Аналектов Конфуция»: «Молодых следует уважать; как мы можем знать, что те, кто придут после нас, не превзойдут нас?» Это связывает традиционную китайскую мудрость с современным развитием молодежи, прямо заявляя, что «нация будет процветать только тогда, когда процветает ее молодежь».

Текст A, используя в качестве отправной точки развитие программного обеспечения для обмена мгновенными сообщениями в Китае, рассказывает историю молодых китайских предпринимателей, в основном родившихся в 1990-х годах, которые благодаря страсти, таланту и упорству создали продукты, отвечающие потребностям масс, изменившие повседневную жизнь людей и продемонстрировавшие новаторский дух, предпринимательскую смелость и социальную ответственность китайской молодежи. Текст Б, на конкретных примерах, исследует особенности молодого поколения и важность межпоколенческой коммуникации. Он объективно представляет недостатки молодежи, подчеркивая при этом значимость понимания и терпимости для их развития, передавая внимание и ожидания китайского общества в отношении молодого поколения. Эта тема, посвященная китайской молодежи, идеально соответствует требованию «продемонстриро-

вать дух современной китайской молодежи» в «качественном изложении истории Китая», предоставляя студентам конкретный материал для рассказа историй китайской молодежи на английском языке.

(II) Содержание раздела включает в себя богатую китайскую культуру и современные элементы

«Чтобы Хорошо рассказать историю Китая» не только передает историю и культуру Китая, но и демонстрирует современное развитие и социальный прогресс страны. Содержание этого раздела тесно связано с текущими реалиями развития Китая, содержит богатые китайские элементы и современные коннотации. С одной стороны, текст включает в себя элементы традиционной китайской культуры, такие как известная цитата из «Аналектов», приведенная в начале, сочетая традиционные китайские взгляды на талант с современным развитием молодежи, позволяя студентам познакомиться с мудростью традиционной китайской культуры в процессе изучения языка и научиться передавать традиционную китайскую мысль на английском языке.

С другой стороны, текст фокусируется на технологическом развитии и социальном прогрессе Китая. Например, программы мгновенного обмена сообщениями, онлайн-покупки и мобильные платежи, упомянутые в тексте А, являются важными достижениями развития «Интернет+» в Китае, и за этими достижениями стоит инновационная практика и неустанная борьба китайской молодежи. Кроме того, упомянутые в данном разделе характеристики китайской молодежи, такие как «приземленность и амбициозность», «приверженность командной работе и смелость бросать себе вызов», а также «ориентация на потребности пользователей и создание ценности», являются истинным отражением духа современной китайской молодежи и наиболее заразительной частью китайской истории. Эти материалы не только актуальны для повседневной жизни студентов, но и позволяют им глубже понять достижения Китая в развитии и ответственность его молодежи, изучая английский язык, тем самым накапливая материал для «Чтобы Хорошо рассказать историю Китая».

(III) Цели обучения в рамках данного раздела соответствуют двойной потребности «языка + культуры»

Суть «Чтобы Хорошо рассказать историю Китая» в преподавании английского языка в вузах заключается в достижении синергетического улучшения «языковых навыков» и «культурной грамотности» – студенты должны не только уметь читать и понимать тексты на английском языке, но и уметь точно выражать китайскую культуру и рассказывать китайские истории на английском языке. Учебные цели данного модуля четко требуют от студентов: освоения английской лексики и синтаксических конструкций, связанных с молодежью, инновациями и предпринимательством; понимания духа молодежи и современных коннотаций, представленных в тексте; и умения выражать собственное мнение о развитии молодежи и инновационных практиках на основе содержания текста.

Эти учебные цели подчеркивают, как накопление и применение языковых знаний, так и понимание, и передачу культурных коннотаций, что в значительной степени соответствует требованиям «хорошо рассказывать историю Китая». Благодаря изучению материала в рамках модуля студенты могут не только улучшить свои навыки владения английским языком, но и глубоко изучить коннотации китайских историй о молодежи, научиться использовать английский язык для передачи духа китайской молодежи и философии развития Китая, а также достичь органичного единства «изучения языка» и «распространения культуры».

Результаты и обсуждения

Практический подход к «качественному изложению истории Китая» в преподавании английского языка в вузах на примере модуля 3

На основе содержания и особенностей данного модуля в статье разработан последовательный практический подход, включающий этапы «языковой ввод – культурное исследование – практический результат – рефлексия и совершенствование», интегрирующий «Чтобы Хорошо рассказать историю Китая» во все аспекты преподавания модуля.

(1) Базовый уровень: Пересказ текста и выражение мнения. На основе содержания текста А и текста В студенты будут пересказывать на английском языке истории молодых китайских предпринимателей и типичные случаи из модуля. Студенты должны использовать лексику и синтаксические конструкции, изученные в модуле, чтобы точно передать основное содержание историй. Одновременно будут разработаны соответствующие темы для обсуждения, такие как «Какие характеристики, по вашему мнению, присущи китайской молодежи?» и «Какой вклад в развитие Китая внесла китайская молодежь?», что позволит студентам выразить свое мнение на основе содержания текста и собственного понимания, тем самым улучшив их навыки устной речи.

(2) Продвинутый уровень: Создание историй и контекстная презентация. Студентам будет предложено создать истории о молодых китайцах, окружающих их, например, о молодых предпринимателях, волонтерах и работниках научно-технического сектора, на основе темы раздела. Студенты должны включить ки-

тайские элементы и современные коннотации, рассказывая истории полно и ярко на английском языке. Одновременно будут организованы мероприятия по контекстной презентации, такие как «Сессия обмена историями китайской молодежи», где студенты представят свои созданные истории в группах. С помощью ролевых игр, презентаций PowerPoint и других методов привлекательность и выразительность историй будут повышены.

(3) Уровень повышения: Практика межкультурной коммуникации. В соответствии с современной потребностью «Чтобы Хорошо рассказать историю Китая», следует разработать мероприятия по межкультурной коммуникации. Например, можно предложить студентам написать короткие эссе на английском языке и создать короткие видеоролики на английском языке на тему «Китайская молодежь: сила перемен», чтобы познакомить иностранных читателей или аудиторию с духом и новаторскими достижениями китайской молодежи; или смоделировать сценарии межкультурного обмена, позволив студентам выступить в роли представителей китайской молодежи и вступить в диалог с «иностранными друзьями», познакомив их с развитием китайской молодежи и прогрессом Китая, тем самым улучшив их навыки межкультурной коммуникации.

Выводы

Значение для обеспечения эффективности преподавания и оттачивания практических подходов. После каждого раздела студентам предлагается проанализировать свои сильные и слабые стороны в «качественном изложении истории Китая» посредством самооценки, взаимной оценки и обратной связи от преподавателя.

Список источников

1. Дин Ифан, Хао Цзинбо, Чэнь Цзя и др. Исследование пути интеграции концепции «Хорошо рассказывать историю Китая» в идеологическое и политическое образование на курсах английского языка в вузах с точки зрения новой инженерии // Сравнительные исследования культурных инноваций. 2026. № 10-03. С. 158 – 161.

2. Фан Ю, Чжао Дандань. Исследование реформы курсов английского языка в вузах традиционной китайской медицины с точки зрения «Хорошо рассказывать историю китайской культуры» // Журнал Цзилиньского университета радио и телевидения. 2025. № 06. С. 56 – 58.

3. Фэн Вэньхуань, Чжоу Юньфэй, Чэнь Чэнь. Исследование модели преподавания английского языка в прикладных колледжах с точки зрения «Хорошо рассказывать историю Китая» – на примере чайной культуры // Чай Фуцзянь. 2026. № 48-03. С. 106 – 108.

4. Ли Сян, Лян Цзе. Изучение практического пути «Хорошо рассказывать историю Китая» в интегрированном преподавании английского языка // Журнал профессионального колледжа Цзямуси. 2026. № 42-03. С. 55 – 57.

5. Пан Сявэнь. Изучение реконструкции экологии преподавания английского языка в колледжах с точки зрения «Хорошо рассказывать историю Китая на иностранном языке» // Популярная литература и искусство. 2025. № 22. С. 205 – 207.

6. Ян Сюэсун. Размышления о построении и реформировании учебных программ с точки зрения «Умения хорошо рассказывать историю Китая на английском языке» – на примере факультативного курса «Опыт знакомства с китайской культурой в кино и на телевидении» // Зарубежный английский. 2026. № 03. С. 175 – 177.

7. Чжан Лицзе, Яо Цзинь. Исследование и практика студентов, умеющих хорошо рассказывать историю Китая на уроках английской речи // Зарубежный английский. 2025. № 19. С. 122 – 124.

8. Цзэн Сяннин. Исследование стратегий и практик рассказа истории Китая на курсах английского языка в вузах в контексте «трех направлений» // Журнал Хубэйского открытого профессионального колледжа. 2025. № 38-19. С. 164 – 166+170.

References

1. Ding Yifan, Hao Jingbo, Chen Jia, et al. A Study on the Integration of the Concept of “Telling China’s History Well” into Ideological and Political Education in English Language Courses at Universities from the Perspective of New Engineering. Comparative Studies of Cultural Innovations. 2026. No. 10-03. P. 158 – 161.

2. Fan Yu, Zhao Dandan. A Study on the Reform of English Courses in Universities of Traditional Chinese Medicine from the Perspective of “Telling Chinese Cultural History Well”. Journal of Jilin Radio and Television University. 2025. No. 06. P. 56 – 58.

3. Feng Wenhuan, Zhou Yunfei, Chen Chen. A Study on the Model of Teaching English in Applied Colleges from the Perspective of "Telling China's History Well" – Using Tea Culture as an Example. Fujian Tea. 2026. No. 48-03. P. 106 – 108.

4. Li Xiang, Liang Jie. Studying the Practical Path of "Telling China's History Well" in Integrated English Language Teaching. Journal of Jiamusi Vocational College. 2026. No. 42-03. P. 55 – 57.

5. Pan Xiawen. Studying the Reconstruction of College English Teaching Ecology from the Perspective of "Telling China's History Well in a Foreign Language". Popular Literature and Art. 2025. No. 22. P. 205 – 207.

6. Yang Xuesong. Reflections on the Construction and Reform of Curriculums from the Perspective of "The Ability to Tell Chinese History Well in English" – Based on the Elective Course "Experience with Chinese Culture in Film and Television". Foreign English. 2026. No. 03. P. 175 – 177.

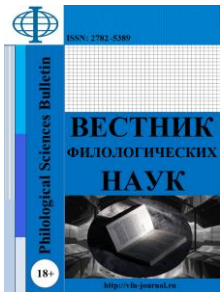
7. Zhang Lijie, Yao Jin. Research and Practice of Students Who Can Tell Chinese History Well in English Lessons. Foreign English. 2025. No. 19. P. 122 – 124.

8. Zeng Xiangning. Research on Strategies and Practices of Telling Chinese History in English Language Courses at Universities in the Context of the "Three Directions". Journal of Hubei Open Vocational College. 2025. No. 38–19. P. 164 – 166 + 170.

Информация об авторах

Гао Сутонг, *доктор философии, преподаватель факультета иностранных языков Сианьского нефтяного университета, sutong_gao@foxmail.com*

© Гао Сутонг, 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки)
УДК 83.3
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-116-120

[1] Уздеева Т.М., [2] Хадзиева А.А.

[1] Чеченский государственный педагогический университет
[2] Ингушский государственный университет

Концепт «почва» и его реализация в повести «Проездом» П.Д. Боборыкина

Аннотация: *в данной статье исследуется преломление темы родины в малоизвестной повести П.Д. Боборыкина «Проездом». В повести показан контекст эпохи – это последняя треть XIX века. В этот период в России произошло сословное смещение. Богатые дворяне разоряются из-за пренебрежения к своей родине. В это время ведущие позиции в столицах захватывают купцы. В устах некоторых героев они названы «хамами». Купеческое сословие к концу века вытеснило дворянство с ведущих позиций общественной и экономической жизни. Бесхозяйственность, неспособность к труду привели дворян и дворянские гнёзда к упадку. Купечество, благодаря своей предприимчивости и трудоспособности, богатело и стало основой новой русской буржуазии. Повесть П.Д. Боборыкина реалистична в том смысле, что она верно отразила процессы, происходившие в конце XIX века. Показано перерождение из оголтелого западника-европейца в русского человека, почувствовавшего свою «почву», говорит и о силе любви. Повесть строится на контрасте. Образ Европы дан скупо и бегло, однако значим, в контексте противопоставления с Россией.*

Ключевые слова: *почва, Европа, Париж, Москва, любовь, родина*

Для цитирования: Уздеева Т.М., Хадзиева А.А. Концепт «почва» и его реализация в повести «Проездом» П.Д. Боборыкина // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 116 – 120. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-116-120

Поступила в редакцию: 15 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Uzdeeva T.M., [2] Khadzieva A.A.

[1] Chechen State Pedagogical University
[2] Ingush Research Institute named after Ch.E. Akhriev

The concept of "soil" and its implementation in the story "Passing through" by P.D. Boborykin

Abstract: *this article explores the refraction of the theme of the motherland in the little-known novel by P.D. Boborykin "Passing Through". The story shows the context of the epoch – this is the last third of the 19th century. During this period, there was a class shift in Russia. Rich nobles go bankrupt due to neglect of their homeland. At this time, merchants were seizing leading positions in the capitals. In the mouths of some heroes, they are called "boors". By the end of the century, the merchant class had displaced the nobility from the leading positions of social and economic life. Mismanagement and inability to work led the nobles and noble nests to decline. The merchants, thanks to their entrepreneurial spirit and ability to work, grew rich and became the basis of the new Russian bourgeoisie. P.D. Boborykin's novel is realistic in the sense that it accurately reflected the processes that took place at the end of the 19th century. The transformation from an outspoken Westerner-European into a Rus-*

sian man who felt his "soil" is shown, and speaks about the power of love. The story is based on contrast. The image of Europe is given sparingly and cursorily, but it is significant in the context of contrast with Russia.

Keywords: *soil, Europe, Paris, Moscow, love, homeland*

For citation: Uzdeeva T.M., Khadzieva A.A. The concept of "soil" and its implementation in the story "Passing through" by P.D. Boborykin. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 116 – 120. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-116-120

The article was submitted: April 15, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Актуальность работы. В статье автор обозначил степень изученности данной проблемы в науке и степень её актуальности. В результате исследования автором статьи установлено, что концепт «почва» в повести «Проездом» обозначает, прежде всего, понятие родины. Родина – это не только географическая точка, местность, это, прежде всего, люди. Свой народ, свои люди – открытие главного героя. Герой реализуется и в контексте любви. Вера Федюкова – олицетворение лучших качеств русских женщин: доброты, трудолюбия, простоты, гуманности и сострадания. Через любовь он постигает прелести своей Родины и нравственно перерождается. Реалистическая повесть П.Д. Боборыкина отчасти автобиографична, поскольку сам писатель тоже жил заграницей и сопоставлял эти разные миры: Европу с Россией.

Конец XIX века был ознаменован многовекторным развитием литературы в России, и писателя причисляли к натурализму. Он «был скорее не художником, а натуралистом» [2].

«Русский художественный натурализм – по признанию учёных – составлял не просто очередной, а во многом плодотворный этап в развитии реального искусства» [8, с. 9]. А тем не менее, мало работ, посвященных его литературному наследию. По справедливому замечанию Щеблыкина С.И. «специальных работ, в системе представляющих творчество П.Д. Боборыкина, мы не имеем» [7, с. 5]. За последние годы появились всего лишь две диссертации по творчеству писателя: это работа Дербенёвой Л.В. «Историко-литературная концепция П.Д. Боборыкина» и диссертация Юсяева А.С. «Произведения П.Д. Боборыкина «Китай-город» и В.А. Гиляровского «Москва и москвичи» в контексте традиций русского художественного натурализма». Имеющиеся статьи Кржижановского Н.И. [4], Чупринина С.И. [5] строятся на большой прозе писателя, на его романах: «Китай-город», «Земские силы», «Жертва вечерняя», «Солидные добродетели» и др. Малая проза Боборыкина исследована недостаточно. В этом контексте рассмотрение повести «Проездом» актуально и востребовано.

Целью данного исследования является анализ идейно-художественной структуры повести, обозначение места в ней концепта «почвы», а также определение жанрово-методологической принадлежности этого произведения писателя.

Задачи:

1. Указать на роль образов главных героев Стягина и Веры Федюковой в сюжетном движении.
2. Проанализировать образ Москвы, роль топонимов и представленные сегменты московского колорита.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования в данной статье является повесть П.Д. Боборыкина «Проездом». Методом исследования является сравнительно-исторический.

Результаты и обсуждения

Пётр Дмитриевич Боборыкин относится к писателям-беллетристам конца XIX века и к разряду ныне забытых авторов. А между тем, он был одним из просвещеннейших людей своего времени: знал европейские языки, а также древнегреческий и польский, обладал обширными знаниями в области философии, естествознания, искусства, хотя готовился к карьере учёного-химика и медика. Писателя причисляют ко «второму ряду» писателей после классиков «первого ряда» в русской литературе XIX века. Однако, его заслуги в литературе были значимы, так как он «создал литературный контекст эпохи наряду с писателями «второго ряда» [3, с. 12].

Повесть «Проездом» П.Д. Боборыкина иногда воспринимают как часть его романа «Китай-город» [6, с. 7]. Эти два произведения, написанные в 80-е годы XIX века, оба о Москве последней четверти века. Повесть нельзя рассматривать как фрагмент известного романа П.Д. Боборыкина по причине его логической внутренней завершённости, самостоятельности сюжета и наметившейся любовной интриги. Несмотря на малый объём (62 стр.) в произведении охвачен самый значимый эпизод жизни главного героя Вадима

Петровича Стягина. В начале повести это господин лет за сорок. Он модно одет: светлое пальто английского покроя, белый фуляр на шее, высокая цилиндрическая шляпа. Автор указал, что «одевался он позаграничному». Читатель вправе предположить, что перед ним русский барин – европеец как по одежде, так и по взглядам. Вскоре читатель убеждается в этом, так как Стягина раздражает всё в Москве, которую он давно покинул. Он недоволен памятником Ломоносову, назвав его «полуштофом с пробкой», недоволен студентом, не знающим, когда поставлен памятник русскому гению. Недоволен в целом Москвой, где всё «руссопетское» его раздражает и подавляет. Боборыкин пишет: «…он был в брезгливо-раздражительном настроении [1, с. 400]. Родину герой покинул сразу по окончании Московского университета, проживал в Париже с редкими возвращениями в Россию. Все свои свободные деньги он перевёл за границу, купил иностранные бумаги, играл на парижской бирже, имел квартиру, особняк с садиком в Пасси. Любил ездить на лошади, имел кухарку и слугу и не был женат. Мечтал построить свой коттедж в окрестностях Парижа и жениться. Последнее возвращение Стягина в Россию связано с целью «ликвидировать» всё: продать дом на Покровке в Москве, продать имение – «и тогда всякая связь с Россией будет порвана…» [1, с. 400].

Первая глава повести содержит повествование, продолжающее мотив брезгливости героя к собственной стране. Стягин предвидит русские проволочки в предстоящих сделках, и у него вырывается вопль отчаяния: отвращение к родине увеличивается. Даже места былой юности в Москве: двухэтажный дом, служивший студенческим трактиром «Великобритания», церковь архидьякона Стефана, Яузский мост, дом на Покровке – не меняют его раздражённого настроения. Стягин – тип космополита, которому родина – где комфорт. Связь с Москвой у героя сводится к товарищу по университету Лебедянцеву, остальные, на его взгляд, «несут противный патриотический вздор».

Далее идёт описание Москвы, в котором даны узнаваемые московские топонимы: Охотный ряд, Тверская, Воскресенские ворота, Исторический музей, Красная площадь, Кремль, Гостиный двор, Варварка. Места, вызывающие у русского человека трепет и восторг, но у Стягина они усилили раздражение. Он восклицает: «Это Европа?... Это – Ташкент, Бухара, Средняя Азия!» [1, с. 402]. Повествование насыщенно эмоционально-выразительными эпитетами, передающими пренебрежительное отношение героя к Москве и к своей родине: рыночная сутолока, резкие цвета стен, грязные ряды линеек молящихся, какие-нибудь похороны, арестанты в серых халатах, обшарпанные и пожелтелые мундиры, покосившиеся дрожки, ободранные клячи, полуразрушенный двор, грязные дрожки, заразительная болезнь, тифозные мастеровые. Брезгливость и недовольство героя Москвой нарастает, что позволяет ему осознать в себе западного человека.

Во второй главе повести образ Москвы пополняется описаниями клуба, театра. В начале главы дан интерьер дома Стягина, свидетельствующий о его дворянском происхождении. В нём есть дорогая мебель, письменное бюро, эстампы по стенам, турецкий диван, много комнат. Но всё дано глазами героя-хозяина, которому продолжает тошнить от Москвы. Посещение старой знакомой барыни на Сивцевом Вражке и на Поварской ухудшило его душевное состояние. В клубе он всё находил дурным: и людей, и пищу. Театр добил Стягина: публика, смеявшаяся от пошлых острот и кривляний актёров, сама пьеса – всё было «ординарным», «грубым» и «глупым». Герой задаёт сам себе вопрос: «Неужели я мог бы скоротать свой век среди такой культуры, не будь у меня средств жить, где я хочу?» [1, с. 403]. Дворник Капитон, прислуживавший Стягину, довершил в его глазах образ Родины. Фуфайка, именуемая Капитоном «спинжаком», приобрела для Стягина символическое звучание. Автор пишет: «Он находил, что «спинжак» царит по всей Москве, да и всюду, по всему его Отечеству» [1, с. 403]. Сапоги у Капитона пахнут ворванью, в газетах одни нечистоплотные сплетни, тон полемики отзывает пошлостью – все это вызвало новый наплыв раздражения у героя. Даже визит старого слуги Левонтия не порадовал Стягина. От него пахнуло кладбищем. Реакция старого слуги на желание барина «всё ликвидировать» (дом, имение) очень естественная: ему жаль всё это. Он напоминает барину о духовных узах, связывающих эти места с ним.

Третья глава повести содержит эпизод встречи героя со старым приятелем Лебедянцевым и начало болезни Стягина. Продолжая называть Москву «вонючей», московские переулки «дурацкими», уличные запахи «клоакой», Стягин больше всего боялся заболеть серьёзно в этой «противной» Москве. Знакомство с московским доктором и арендатором заставляют его невольно сравнивать Россию с Европой. Там ипотеки и определённая известная цена на жильё и аренду, а здесь (в России) нет ипотек. Там у докторов и «форма» есть, уважение к науке, а здесь – кутейник и зубоскал, «коновал», «костоправ». «Доктор был ему противнее, чем арендатор» - пишет Боборыкин [1, с. 415]. Стягина возмутили не только повадки русских деятелей (доктора и арендатора), но и их внешность. В арендаторе ему не понравилась его франтовость, брильянт на галстуке, причёска, покрой панталон, а на докторе – мешковатый двубортный сюртук. Доктора герой обозвал дубиной, а всё происходящее «доморощенным свинством».

С шестой главы начинается перерождение героя. С облегчением болезни к Стягину приходит осознание, что люди, ухаживающие за ним, преданны ему и чистосердечны. Это Левонтий, мальчик Митя и новый доктор. Теперь уже доктор воспринимается героем спокойно из-за мягкости его манер, внимательного отношения к больному. Однако, герой всё ещё не отказался от мысли о ликвидации, которой мешают сложности в делах, наступающая зима. В этой главе впервые появляются эпитеты с положительной коннотацией: добродушное лицо коренного москвича, ласковая речь, мальчик смышлёный и опрятный, мягкое, непритязательное и порядочное что-то в чтице, хороший уход, интеллигентность и т.д. Наметившийся перелом во внешнем (люди вокруг, облегчение в болезни), далее будет проецироваться во внутренний духовный облик героя, которому предстоит переоценить свой взгляд на своё отечество и переродиться.

Тема любви входит в повесть в седьмой главе, а это середина произведения. Введённый в повесть женский образ – сиделки и чтицы Веры Ивановны Федюковой меняет и преобразует Стягина. Она наделена кратким портретом: выделены густые золотые волосы, приятный овал лица, большие серые глаза, короткий нос. Она образована, знает языки, хорошо ухаживает за героем. Если раньше Стягин определил её как «дева», то позже вынужден был признать, что она «очень видная особа». Её находчивость, ровный характер и трудолюбие отмечает Левонтий, оценивая её как «барышню первого сорта». Намёк на то, что она из нынешних и не стрижётся, говорит о том, что Федюкова из «новых женщин» в России – представительниц поколения 60-80-х годов XIX. Делом их жизни становился труд и служение отечеству. Читатель вправе предположить, что она из обедневших дворян, поскольку её знание языков и манеры, говорят об этом. Мотив противопоставления России и Европы вновь входит в повесть, но уже через сопоставление женщин. У француженки – сожительницы Стягина - картавый, вечно охриплый голос, а у Веры Ивановны- мягкая манера речи; отсутствие собственных волос и кричащая косметика француженки и свежесть, естественность лица и волос у Веры Ивановны; нестерпимый запах духов и пудры, помятое лицо француженки и приятная во всём внешность русской героини; француженке – сорок лет, а Вере – тридцать; она не любит читать книги, а Вера Ивановна интересуется даже психологией; француженка меркантильна, а русская девушка бескорыстна. Все обнаруженные черты русской героини говорят о её благородстве, порядочности, простоте и естественности.

В одиннадцатой главе повести в повествование входит мотив «почвы», который до этого был связан с неприязнью Стягина к своей родине. Начало его духовного перерождения заложила русская женщина, которая своими качествами превосходила мадам Леонтину. Лицо француженки кажется герою дерзким и нахальным, ему совершенно ясен её хищнический расчёт, его возмущают её речи о России («Боже мой! Ну и грязная страна, эта ваша Русь!») [1, с. 437]. Ни Кремль, ни Грановитая палата, ни Москва – ничто не нравится француженке. Стягин, желая освободиться от своего парижского прошлого, нашёл помощь в своих соотечественниках. Только теперь герой начал прозревать и видеть красоту души окружающих его русских людей: Левонтий со своей «умной заботой», Лебедянцев своей деловитостью, Вера Ивановна своим тактом, даже мальчик Митя и даже дворник Капитон. Для героя теперь они «составляли одно целое, несомненно своё» [1, с. 441]. Отношение к русским докторам также поменялось у героя, благодаря Павлу Степановичу. Его профессиональное поведение, добрый нрав и усиленное внимание к больному способствовали выздоровлению Стягина. Юрист поразил героя своей оперативностью в делах, уладивший с «отступным» с француженкой. Впервые слово «почва» звучит в устах доктора. Он понимает под ним родное отечество, где у человека есть дом, родные и близкие люди. Герой, осознавший свои заблуждения, считавший себя европейцем, приходит к сакральной истине, что в Париже он никому не нужен, а в России окружён любовью и заботой.

Стягин – русский дворянин, вернувшийся к своей «почве», осознавший прелесть труда на своей родине и необходимость семьи.

В финале повести опять звучат московские топонимы: храм Спасителя, Замоскворечье, Тайницкие ворота, Остоженка, Пречистенка, Кремль, Москва-река, Покровка – эта «грязная» Москва, (как называл её раньше Стягин) стала ему близкой, понятной и родной. Желание «жить по-другому» овладело героем.

Выводы

Повесть «Проездом» П.Д. Боборыкина – одна из лучших его повестей. Само название, как заметил китайский исследователь творчества писателя Ян Мань, «свидетельствует о стремлении автора чётко обозначить конфликт и проблематику произведения» [9]. Главный герой был в Москве проездом, на пути из Франции к своему имению в деревне, и сам для себя, неожиданно, открыл свою родину, ощутил свою причастность к ней, нравственно возродился. Это перерождение из оголтелого западника-европейца в русского человека, почувствовавшего свою «почву», говорит и о силе любви.

Повесть строится на контрасте: Стягин в первых главах противопоставлен Стягину – в последних главах. Повесть называют автобиографической, так как сам Боборыкин жил заграницей, но в отличие от своего героя, «не порвал внутренней, сокровенной связи с Москвою и москвичами» [4, с. 22].

Список источников

1. Боборыкин П.Д. Китай-город. Проездом. М.: Правда, 1988. 476 с.
2. Бойко В.П. Социально-психологический облик русского купечества в исторической литературе и произведениях писателя П.Д. Боборыкина // Вестник Томского государственного университета. История. 2018. № 52. С. 107 – 113.
3. Дербенёва Л.В. Историко-литературная концепция П.Д. Боборыкина. Ивано-Франковск, 2002. 210 с.
4. Крижановский Н.И. Творчество П.Д. Боборыкина в критике современников и М.О. Меньшикова // Филологические науки. 2005. Т. 18. № 10. С. 4306 – 4313.
5. Чупринин С.И. Признательные показания, 13 портретов, 9 пейзажей и 2 автопортрета. М.: Время, 2012. 45 с.
6. Чупринин С.И. Москва и москвичи в творчестве П.Д. Боборыкина // Боборыкина П.Д. Китай-город. Проездом. М.: Правда, 1988. С. 5 – 22.
7. Щеблыкин С.И. Романы П.Д. Боборыкина в контексте русской прозы второй половины XIX века. Тамбов, 2005. 380 с.
8. Юсяев А.С. Произведения П.Д. Боборыкина «Китай-город» и В.А. Гиляровского «Москва и москвичи» в контексте традиций русского художественного натурализма. Пенза, 2015. 192 с.
9. Ян Мань. Русский Дюма: П.Д. Боборыкин и его творчество. [Электронный ресурс] https://na-journal.ru/3-2023-filologiya-lingvistika/4554-russkii-dyuma-p-d-boborykin-i-ego-tvorchestvo (дата обращения: 04.03.2026).

References

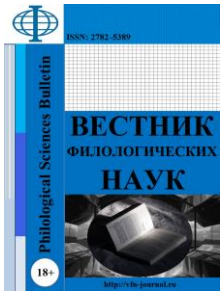
1. Boborykin P.D. Kitay-gorod. Passing Through. Moscow: Pravda, 1988. 476 p.
2. Boyko V.P. Socio-psychological image of Russian merchants in historical literature and works of writer P.D. Boborykin. Bulletin of Tomsk State University. History. 2018. No. 52. P. 107 – 113.
3. Derbeneva L.V. Historical and literary concept of P.D. Boborykin. Ivano-Frankivsk, 2002. 210 p.
4. Krizhanovsky N.I. Works of P.D. Boborykin in criticism of contemporaries and M.O. Menshikov. Philological sciences. 2005. Vol. 18. No. 10. P. 4306 – 4313.
5. Chuprinin S.I. Confessions, 13 Portraits, 9 Landscapes, and 2 Self-Portraits. Moscow: Vremya, 2012. 45 p.
6. Chuprinin S.I. Moscow and Muscovites in the Works of P.D. Boborykin. Boborykina P.D. Kitay-gorod. Passing Through. Moscow: Pravda, 1988. P. 5 – 22.
7. Shcheblykin S.I. Novels by P.D. Boborykin in the Context of Russian Prose of the Second Half of the 19th Century. Tambov, 2005. 380 p.
8. Yusyaev A.S. Works by P.D. Boborykin "Kitay-gorod" and V.A. Gilyarovsky's "Moscow and Muscovites" in the Context of the Traditions of Russian Artistic Naturalism. Penza, 2015. 192 p.
9. Yan Man. Russian Dumas: P.D. Boborykin and His Work. [Electronic resource] https://na-journal.ru/3-2023-filologiya-lingvistika/4554-russkii-dyuma-p-d-boborykin-i-ego-tvorchestvo (accessed: 04.03.2026).

Информация об авторах

Уздеева Т.М., *кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы и МП, Чеченский государственный педагогический университет, г. Грозный, yzdeeva@mail.ru*

Хадзиева А.А., *Ингушский государственный университет Россия, Республика Ингушетия, г. Магас, hadzieva aa@mail.ru*

© Уздеева Т.М., Хадзиева А.А., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки)
УДК 821.161.1-31
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-121-126

[1] Ху Чжипэн ***[1] Забайкальский государственный университет***

Стилевой плюрализм в романе Захара Прилепина «Тума»: аспект языковой композиции

Аннотация: *в статье анализируются принципы стилевого плюрализма в романе Захара Прилепина «Тума» (2025) как принципа языковой композиции. Цель исследования – выявить механизмы формирования полифонической структуры текста на трёх уровнях: многоязычие (включение восьми языков), ритмическая организация (чередование эпического и лирического повествования) и полифония голосов. Материалом послужил текст романа объёмом 688 страниц, а также критические статьи и рецензии 2025 года. Методология исследования представлена обзором научных работ отечественных и зарубежных исследователей по проблемам поэтики Захара Прилепина, а также применением методов лингвостилистического, нарратологического и культурно-исторического анализа. Результаты показывают, что фигура тума (метиса) становится формообразующим началом, благодаря которому исторический роман обретает черты «мифического реализма». Практическая значимость работы заключается в возможности использования её выводов в университетских курсах по современной русской литературе, лингвостилистическому анализу и поэтике исторического романа.*

Ключевые слова: *Захар Прилепин, «Тума», стилевой плюрализм, языковая композиция, многоязычие, исторический роман, полифония, тума, нарратология, лингвостилистика*

Для цитирования: Ху Чжипэн. Стилевой плюрализм в романе Захара Прилепина «Тума»: аспект языковой композиции // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 121 – 126. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-121-126

Поступила в редакцию: 16 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Hu Zhipeng ***[1] Transbaikal State University***

Stylistic pluralism in Zakhar Prilepin's novel "Tuma": aspect of linguistic composition

Abstract: *the article analyzes the principles of stylistic pluralism in Zakhar Prilepin's novel "Tuma" (2025) as a principle of linguistic composition. The aim of the study is to identify the mechanisms of forming a polyphonic text structure at three levels: multilingualism (inclusion of eight languages), rhythmic organization (alternation of epic and lyrical narration), and polyphony of voices. The material is the text of the novel (688 pages), as well as critical articles and reviews from 2025. The research methodology includes a review of scientific works by Russian and foreign researchers on the poetics of Zakhar Prilepin, as well as the application of linguostylistic, narratological and cultural-historical analysis methods. The results show that the figure of the "tuma" (a mixed-race person) becomes a formative principle, thanks to which the historical novel acquires features of "mythical realism". The practical significance lies in the possibility of using the conclusions in university courses on contemporary Russian literature, linguostylistic analysis, and the poetics of the historical novel.*

Keywords: *Zakhar Prilepin, "Tuma", stylistic pluralism, linguistic composition, multilingualism, historical novel, polyphony, tuma, narratology, linguostylistics*

For citation: Hu Zhipeng. Stylistic pluralism in Zakhar Prilepin's novel "Tuma": aspect of linguistic composition. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 121 – 126. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-121-126

The article was submitted: April 16, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Роман Захара Прилепина «Тума» (2025) стал заметным событием в современном литературном процессе. Как отмечает А.Н. Андреев, книга «определённо стала литературным событием: её читают, обсуждают, восхваляют» [1]. Однако научное осмысление только начинается. Между тем роман представляет собой интереснейший материал для изучения стилевых и языковых особенностей прозы Прилепина, который исследователи уже характеризовали как «писателя-стилиста», использующего все языковые уровни для создания художественной реальности [2, с. 137].

Заглавие романа вынесено в ключевое слово – «тума». Как поясняется в критической литературе, тума – это человек, родившийся на Дону от отца-казака и матери-пленницы. В более широком смысле «тума – это пограничье не только между этносами, но и между востоком и западом, инь и ян, божественным и человеческим» [3]. Герой Прилепина «мультикультурен, одной ногой на окраине Руси, другой в Туретчине», он «ещё и полиглот, выучивший восемь языков стихийно, по базарам и в казачьих набегах» [4]. Именно эта пограничность и множественная идентичность определяют не только тематику романа, но и его языковую и композиционную структуру.

Цель данной статьи – выявить и описать механизмы стилевого плюрализма в романе «Тума» как принципа его языковой композиции. Под стилевым плюрализмом понимается одновременное сосуществование в тексте разнородных языковых, стилистических и ритмических элементов, образующих не механическую сумму, а сложное художественное единство. Для достижения цели поставлены следующие задачи: 1) проанализировать функции многоязычия в романе; 2) рассмотреть чередование эпического и лирического типов повествования; 3) охарактеризовать полифоническую организацию голосов; 4) определить жанровую специфику произведения.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования послужил полный текст романа З. Прилепина «Тума» (М.: АСТ, 2025. 688 с.), а также корпус критических и литературоведческих работ, посвящённых творчеству писателя, включая рецензии 2025 года и статьи о поэтике Прилепина, опубликованные в научных журналах за последние годы.

В работе использован комплекс методов. Лингвостилистический анализ применён для изучения многоязычных вкраплений, архаической лексики и синтаксических структур, формирующих исторический колорит. Нарратологический анализ позволил выявить ритмическую организацию повествования и способы переключения между временными пластами. Культурно-исторический метод использован для реконструкции языковой ситуации Дикого поля XVII века, которая служит основой для языковой композиции романа. Элементы интертекстуального подхода привлечены для сопоставления «Тумы» с предшествующими романами Прилепина («Обитель», «Санькя» и др.). Исследование опирается также на теоретические работы по полифоническому роману (М.М. Бахтин) и по исторической поэтике.

Для выявления стилевых особенностей проводился сплошной анализ текста с фиксацией случаев иноязычных вкраплений, ритмических переходов и полифонических структур. Всего было проанализировано более 600 страниц текста.

Результаты и обсуждения

Многоязычие как структурный принцип повествования

Наиболее заметной особенностью романа является включение в его ткань восьми языков: русского, польского, сербского, турецкого, крымскотатарского, молдавского, цыганского и греческого. Как отмечается в рецензии «Фонтанки», «герой Прилепина ещё и полиглот, выучивший восемь языков стихийно» [4]. Эта черта – не дань экзотике, а исторически обусловленная особенность бытования казачества XVII века, находившегося на пересечении культурных и языковых миров. Прилепин создаёт «настоящий многоязыковой и разноголосый Вавилон, бесконечный неспящий человеческий муравейник» [1].

Функции многоязычия в романе многообразны. Во-первых, оно служит средством хронотопической маркировки. Исследователи творчества Прилепина неоднократно отмечали, что архаические средства язы-

ка применяются им как хронологические маркеры исторической эпохи [5, с. 98]. В «Туме» эту функцию выполняют не только архаизмы и историзмы русского языка, но и сами иноязычные вкрапления, мгновенно переносящие читателя в полиэтничную среду Дикого поля. Например, в сцене плена Степан слышит сначала татарский вопрос: «Ольдьмы?» (Он умер?) [6, с. 6], затем сербскую речь Стевана и польские проклятия пана Гжегожа.

Во-вторых, многоязычие создаёт эффект «непереведённости» – читатель постоянно находится в ситуации языковой границы, что усиливает ощущение исторической дистанции. Как заметил А.Н. Андреев, «не все готовы читать Балашова, а избыточное осовременивание тоже не выход» [1]. Прилепин выбирает третий путь: он не упрощает языковую реальность XVII века, но и не превращает роман в лингвистическую реконструкцию. Иноязычные диалоги даются в оригинале с параллельным русским переводом в скобках или в подстрочнике, что позволяет читателю оценить сам звуковой облик речи, не теряя понимания.

В-третьих, иноязычные фрагменты выполняют характерологическую функцию. Способность или неспособность героя к языковой коммуникации становится важнейшей чертой персонажа. Пан Гжегож говорит только по-польски и презирает «мужицкий» русский язык; серб Стеван переходит с сербского на турецкий, пытаясь выжить; Минька (Мехмет), бывший русский, принявший ислам, изъясняется по-турецки, но то и дело срывается на русский. Центральный герой, Степан Разин, оказывается единственным, кто свободно переходит из одного языкового регистра в другой, что подчёркивает его особое положение «пограничного человека» [3]. В сцене допроса у паши Зульфикара Степан отвечает на турецком, демонстрируя не только знание языка, но и знание этикета и иерархии [6, с. 111-125].

Взаимодействие эпического и лирического начал

Ритмическая организация романа строится на чередовании двух типов повествования – эпически-событийного и лирически-медитативного. Как справедливо отмечает В. Крылов, «эпос будто скрывается за драматургически сменяющими друг друга камерными эпизодами – как на театральной сцене, выхваченных светом прожектора – чтобы внезапно, во весь голос заявить о себе масштабными картинами боя» [7].

Эпическое начало представлено развёрнутыми батальными сценами (штурм Азова, битва с ногаями, морские походы), описаниями казачьих походов, сценами на кругу и меновой торговли. В этих фрагментах доминирует быстрая смена событий, плотность действия и «сенсорная многоканальность передачи ощущений» – черта, ранее отмеченная исследователями в других романах Прилепина [2, с. 140]. Например, сцена рубки на ногайском улусе передана через стремительный монтаж коротких фраз, обрывистых криков и кинематографических деталей: «Вол бился в ярме, таща и разламывая рухнувшую повозку. Вхолостую крутились её колёса» [6, с. 456].

Лирическое начало, напротив, связано с камерными сценами в азовской темнице, где раненый и измученный Степан восстанавливает свою память и собирает себя заново. В этих фрагментах преобладает замедленный темп, внимание к физиологическим деталям (ощущение холода, голода, боли), внутреннему монологу и молитве. Как замечает Крылов, «в плену – кавалькада узников различной судьбы, характеров и наций; соблазн предательства веры» [7]. Показателен фрагмент, где Степан в одиночной яме молится, перебирая имена святых и прося прощения за грехи: «Прости, Господи, меня. Прости, государь православный Алексей Михайлович всея Русии...» [6, с. 72]. Этот внутренний монолог, полный покаянной интонации и ритмических повторов, резко контрастирует с динамикой внешнего действия.

Переключение между этими двумя регистрами происходит через структуру воспоминания: настоящее (плен) – это пространство лирической рефлексии, прошлое (казачья вольница) – пространство эпоса. Такое композиционное решение позволяет совместить два жанровых начала – «роман воспитания» и исторический эпос [7]. С этим же связано и отмеченное А.О. Большевым свойство прилепинской романистики: сюжет, отслеживающий процесс преодоления героем экстремальных ситуаций, разворачивается неспешно, однако последняя треть текста характеризуется стремительным уплотнением времени и резким сгущением мрака [8, с. 50].

Полифоническая организация голосов

Вслед за М.М. Бахтиным можно говорить о полифонической природе романа «Тума». Однако специфика прилепинской полифонии заключается не только в равноправии различных идеологических голосов (что характерно для Достоевского), но в первую очередь в равноправии различных языковых и культурных миров. А. Рудалёв точно определяет эту особенность: «чувствительность к языкам, традициям, укладам» становится в романе «формулой отечественной цивилизационной уникальности» [9]. Кровь, пролитая и в жилах сливающаяся в борьбе, мучениях, противоречиях, а казачество становится цивилизационным ковчегом, который не только спасает, но и которым преодолевается смута, разделённость, усобица, а также внешняя интервенция [9].

Полифония в «Туме» строится на нескольких уровнях. Первый уровень – диалог культур, представленный разными персонажами: ордынский мир (ногаи, татары), османский мир (янычары, паши), славянский православный мир (казаки, сечевики) и европейский (поляки, греки). Ни один из этих миров не получает монополии на истину – каждый имеет свою логику, свою систему ценностей и свой язык. Как замечает А. Колобродов, роман имеет «широкий геополитический охват и метафизическую подкладку» [3].

Второй уровень – множественность нарративных инстанций. Повествование ведётся от третьего лица, но постоянно вбирает в себя точки зрения разных персонажей, их внутреннюю речь. Степан, находясь в плену, вспоминает и «пересказывает» голоса отца Тимофея, Аляного, Корнилы, попа Куприяна – и все эти голоса сохраняют свою интонационную и лексическую специфику. Особенно ярко это проявляется в сценах на казачьем кругу, где сталкиваются позиции «низовых» и «верховых» казаков, сторонников и противников союза с Москвой.

Третий уровень – отношение к Богу и вере. Соблазн принять ислам – одно из главных испытаний героя. В сцене с мюршидом происходит «взлом» картины мира уже зрелого Степана [9]. Однако Разину удаётся сохранить верность православию, что подчёркивает драматизм выбора между жизнью и честью. Показательно, что в романе представлены разные степени религиозной идентичности: от глубоко верующего попа Куприяна до потурнака Миньки, от казака, идущего в монастырь, до ногая-мусульманина, ежедневно совершающего намаз. При этом автор не выносит оценочных суждений, а предоставляет голос каждому.

Жанровая специфика и границы исторического романа

Стилевой плюрализм «Тумы» ставит вопрос о жанровой природе произведения. Сам Прилепин в интервью определяет его как «эпический роман» [10]. Однако это определение нуждается в уточнении. С одной стороны, роман наследует традиции классического исторического романа XIX–XX веков (обращение к документальным источникам, воссоздание быта и языка эпохи, выведение на сцену реальных исторических лиц – братьев Разиных, патриарха Никона, князя Пожарского). С другой – он обнаруживает черты, присущие современной прозе: фрагментарность, монтажность, намеренную незавершённость.

В русской исторической романистике, как замечает А.Н. Андреев, «существуют две крайности, назову их “архаизация” и “актуализация”», и «обе, как правило, бессмысленны и беспощадны» [1]. Прилепин, по-видимому, осознанно избегает обеих крайностей. Он не перегружает текст архаической лексикой до степени непроницаемости, но и не модернизирует язык до полной потери исторического колорита. Исследователи уже отмечали, что творчество Прилепина характеризует употребление архаических элементов на всех уровнях языка [5, с. 98].

Особого внимания заслуживает место «Тумы» в контексте прилепинской романистики. Предыдущие романы писателя («Патологии», «Санькя», «Обитель») объединяет общий алгоритм: мистериально-эсхатологический компонент, связанный с погружением героя в ад-апокалипсис [8, с. 48]. В «Туме» этот алгоритм сохраняется, но приобретает новые черты. Плен в Азове становится своего рода «преддверием ада», где герой подвергается испытаниям, сравнимым с мытарствами в «Божественной комедии» [7]. Однако, в отличие от прежних романов, здесь эсхатологическая перспектива размыта: главное испытание – не смерть, а выбор между верой и жизнью, между «своим» и «чужим». И этот выбор герой совершает, оставаясь в границах пограничного состояния – тума, так и не ставшего ни «полностью русским», ни «полностью турком» [3].

Критик Т. Котрикадзе предлагает для обозначения этой жанровой гибридности термин «мифический реализм» [11]. Действительно, в романе переплетаются бытописательная достоверность (описания оружия, одежды, торговых обычаев) и мифопоэтические элементы (сны, видения, явление ангела). Эта жанровая неопределённость, зыбкость границ между вымыслом и документом, эпосом и лирикой, своим и чужим и составляет главное художественное завоевание романа.

Выводы

Проведённый анализ позволяет сделать следующие выводы.

1. Стилевой плюрализм в романе «Тума» является не внешним декоративным приёмом, а глубинным принципом языковой композиции, вырастающим из фигуры главного героя – тума, метиса, пограничного человека. Многоязычие, чередование эпического и лирического начал, полифоническая организация голосов работают на создание целостного художественного мира, в котором границы между культурами, верами и языками одновременно непреодолимы и проницаемы.
2. Многоязычие выполняет в романе три основные функции: хронотопическую (маркировка исторической эпохи и пространства), характерологическую (раскрытие персонажей через их языковую компетенцию) и эстетическую (создание эффекта непереведённости, сохранение «чуждости» прошлого).

3. Ритмическая организация текста строится на контрастном чередовании эпического (быстрого, событийного, коллективного) и лирического (замедленного, медитативного, индивидуального) типов повествования, что позволяет совместить жанры романа воспитания и исторического эпоса.

4. «Тума» представляет собой полифонический роман, в котором равноправно сосуществуют голоса разных культур, социальных групп и религиозных традиций, причём эта полифония закреплена на языковом уровне (восемь языков без иерархии).

5. Жанровая природа «Тумы» может быть определена как «мифический реализм» – синтез исторической достоверности и мифопоэтического мышления, что открывает новую страницу в развитии русского исторического романа XXI века.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в университетских курсах по современной русской литературе, лингвостилистическому анализу художественного текста, а также в спецкурсах по поэтике исторического романа.

Список источников

1. Андреев А.Н. Чужой среди своих в параллельной реальности. Заметки о романе Захара Прилепина «Тума» // День Литературы. 2025. 3 ноября. URL: https://denliteraturi.ru/article/9436 (дата обращения: 13.04.2026).

2. Безруков А.Н. Механизмы конфигурации художественной реальности в прозе Захара Прилепина // Libri Magistri. 2019. № 3 (9). С. 136 – 145.

3. Колобродов А. Другой Разин: о новом романе Захара Прилепина «Тума». RT. 11.06.2025. URL: https://russian.rt.com/opinion/1491256-kolobrodov-prilepin-tuma-roman-recenziya (дата обращения: 13.04.2026).

4. «Прости мои очеса, Спасе, что видели то непотребство»: «Тума» Захара Прилепина как вопль к небу из глубины беззакония. Фонтанка.ру. 24.06.2025. URL: https://www.fontanka.ru/2025/06/24/75629123 (дата обращения: 13.04.2026).

5. Куликова Э.Г. Конституенты образности художественного текста: лингвопрагматический аспект (на материале прозы Захара Прилепина) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 5 (59). Ч. 1. С. 97 – 99.

6. Прилепин З. Тума: роман. М.: АСТ: Neoclassic, 2025. 688 с.

7. Крылов В. «…Но, спасе, я рождён казаком, и казаком погибну»: о жанрово-композиционной поэтике романа «Тума». Захар Прилепин: официальный сайт. 02.08.2025. URL: https://zaharprilepin.ru/ru/pressa/stati-o-romane-tuma (дата обращения: 13.04.2026).

8. Большев А.О. Художественный мир романистики Захара Прилепина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. № 2. С. 45 – 56.

9. Рудалёв А. Формула родства: о романе Захара Прилепина «Тума». Захар Прилепин: официальный сайт. 20.06.2025. URL: https://zaharprilepin.ru/ru/pressa/stati-o-romane-tuma (дата обращения: 13.04.2026).

10. Тума – это пограничье: интервью с Захаром Прилепиным. Ваши Новости. 11.07.2025. URL: https://zaharprilepin.ru/ru/pressa/stati-o-romane-tuma/tuma-eto-pograniche-vashi-novosti-11-07-2025.html (дата обращения: 13.04.2026).

11. Котрикадзе Т. Думы о «Туме» Захара Прилепина. Ваши Новости. 14.11.2025. URL: https://zaharprilepin.ru/ru/pressa/stati-o-romane-tuma (дата обращения: 13.04.2026).

12. Симонова М.А. Роль Русской Православной Церкви в становлении и развитии российской государственности // Материалы всероссийской научно-практической конференции. Ярославль: ООО «Специализированный полиграфический комбинат», 2015. С. 409 – 414.

References

1. Andreev A.N. A Stranger Among His Own in a Parallel Reality: Notes on Zakhar Prilepin’s Novel “Fog”. Day of Literature. 2025. November 3. URL: https://denliteraturi.ru/article/9436 (accessed: 13.04.2026).

2. Bezrukov A.N. Mechanisms of the Configuration of Fictional Reality in Zakhar Prilepin’s Prose. Libri Magistri. 2019. No. 3 (9). P. 136 – 145.

3. Kolobrodov A. Another Razin: on Zakhar Prilepin’s New Novel “Fog”. RT. June 11, 2025. URL: https://russian.rt.com/opinion/1491256-kolobrodov-prilepin-tuma-roman-recenziya (accessed: 13.04.2026).

4. "Forgive my eyes, Savior, for having seen such obscenity": Zakhar Prilepin's "Fog" as a cry to heaven from the depths of lawlessness. Fontanka.ru. 24.06.2025. URL: https://www.fontanka.ru/2025/06/24/75629123 (accessed: 13.04.2026).

5. Kulikova E.G. Constituents of the imagery of a fictional text: a lingua-pragmatic aspect (based on the prose of Zakhar Prilepin). Philological sciences. Questions of theory and practice. 2016. No. 5 (59). Part 1. P. 97 – 99.

6. Prilepin Z. Tuma: a novel. Moscow: AST: Neoclassic, 2025. 688 p.

7. Krylov V. "…But, my lord, I was born a Cossack, and I will die a Cossack": On the genre-compositional poetics of the novel Tuma. Zakhar Prilepin: official website. 02.08.2025. URL: https://zaharprilepin.ru/ru/pressa/stati-o-romane-tuma (accessed: 13.04.2026).

8. Bolshev A.O. The artistic world of Zakhar Prilepin's novels. Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Literary criticism. Journalism. 2018. Vol. 23. No. 2. P. 45 – 56.

9. Rudalev A. "The Formula of Kinship: On Zakhar Prilepin's Novel, Tuma." Zakhar Prilepin: Official Website. June 20, 2025. Available at: https://zaharprilepin.ru/ru/pressa/stati-o-romane-tuma (accessed: 13.04.2026).

10. Tuma Is a Borderland: An Interview with Zakhar Prilepin. Vashi Novosti. July 11, 2025. Available at: https://zaharprilepin.ru/ru/pressa/stati-o-romane-tuma/tuma-eto-pograniche-vashi-novosti-11-07-2025.html (accessed: 13.04.2026).

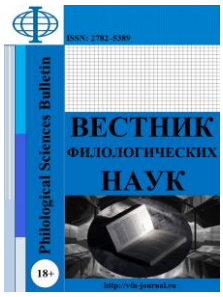
11. Kotrikadze T. Thoughts on Zakhar Prilepin's "Tuma." Vashi Novosti. 14.11.2025. URL: https://zaharprilepin.ru/ru/pressa/stati-o-romane-tuma (accessed: 13.04.2026).

12. Simonova M.A. The Role of the Russian Orthodox Church in the Formation and Development of Russian Statehood. Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference. Yaroslavl: Specialized Printing Plant LLC, 2015. P. 409 – 414.

Информация об авторах

Ху Чжипэн, *Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия, e-mail: 1343813425@qq.com*

© Ху Чжипэн, 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 070.15
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-127-134

[1] Алексеев Д.И., [1] Керимова Д.Ф. ***[1] Московский финансово-юридический университет***

Формирование информационной политики регионального телеканала: факторный анализ и аудиторные диспропорции (на материале «Реутов ТВ»)

Аннотация: *в статье исследуется информационная политика регионального телеканала «Реутов ТВ» – муниципального средства массовой информации Московской области. Анализируются контентная структура вещания, тематические приоритеты новостных программ, демографические характеристики целевой аудитории, а также факторы, определяющие формирование информационной повестки дня. Особое внимание уделяется проблеме расхождения между запросами аудитории и реальным контентным предложением канала. Рассматривается роль государственной политики цифровизации в развитии регионального медиапространства. Теоретическую основу исследования составляют концепция установления повестки дня (agenda-setting), теория медиасистем и подходы к изучению региональной идентичности в медиадискурсе. Сделан вывод о необходимости совершенствования механизмов обратной связи с аудиторией и расширения тематики социально значимых материалов.*

Ключевые слова: *региональное телевидение, информационная политика, медиаповестка, муниципальные СМИ, «Реутов ТВ», аудитория, цифровизация, обратная связь*

Для цитирования: Алексеев Д.И., Керимова Д.Ф. Формирование информационной политики регионального телеканала: факторный анализ и аудиторные диспропорции (на материале «Реутов ТВ») // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 127 – 134. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-127-134

Поступила в редакцию: 16 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 28 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Alekseev D.I., [1] Kerimova D.F. ***[1] Moscow University of Finance and Law***

Shaping the information policy of a regional television channel: factor analysis and audience disparities (a case study of "Reutov TV")

Abstract: *the article examines the information policy of the regional television channel "Reutov TV" – a municipal mass media outlet of the Moscow Region. The study analyzes the content structure of broadcasting, the thematic priorities of news programs, the demographic characteristics of the target audience, as well as the factors determining the formation of the information agenda. Particular attention is paid to the problem of the discrepancy between audience demands and the channel's actual content offering. The role of the state digitalization policy in the development of the regional media environment is considered. The theoretical framework of the study is based on the agenda-setting concept, media systems theory, and approaches to the study of regional identity in media discourse. The conclusion is drawn about the need to improve audience feedback mechanisms and to expand the range of socially significant content.*

Keywords: *regional television, information policy, media agenda, municipal mass media, "Reutov TV", audience, digitalization, feedback*

For citation: Alekseev D.I., Kerimova D.F. Shaping the information policy of a regional television channel: factor analysis and audience disparities (a case study of "Reutov TV"). Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 127 – 134. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-127-134

The article was submitted: April 16, 2026; Approved after reviewing: April 28, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Региональные средства массовой информации занимают особое место в системе отечественного медиапространства, выполняя функцию информационного сопровождения местных сообществ. В условиях, когда федеральные СМИ, ориентированные преимущественно на интересы жителей крупных городов, не всегда способны обеспечить полноценное и объективное освещение событий, происходящих в российских регионах, муниципальное телевидение приобретает особую значимость как канал коммуникации между властью и обществом [7].

Муниципальные СМИ, в отличие от федеральных, обладают наиболее социально ориентированной формой выражения общественного мнения, поскольку максимально приближены к той среде, где аккумулируются общественные интересы и зреют гражданские инициативы. Именно на этом уровне формируется непосредственный диалог между гражданским обществом и органами местного самоуправления. Как справедливо указывает Я.Н. Засурский, региональная пресса выступает «зеркалом» местной жизни, отражая проблемы и достижения конкретных территорий в их специфике [5].

В современных условиях региональное телевидение функционирует в условиях жёсткой конкуренции с интернет-платформами, федеральными каналами и социальными сетями. Аудиторные привычки меняются: особенно заметно снижается доля молодёжи среди телезрителей традиционного вещания [2]. Это обстоятельство ставит перед муниципальными телеканалами вопрос о переосмыслении своей роли и форматов в работе с аудиторией.

В отечественной науке проблематика информационной политики региональных СМИ изучается в рамках нескольких исследовательских направлений. С одной стороны, ряд авторов рассматривает регионализацию медиапространства как процесс формирования локальной идентичности и гражданской сопричастности [14, 9]. С другой стороны, акцент делается на политической функции муниципальных медиа, их роли в поддержании коммуникации между властью и населением [12]. Отдельное место занимают исследования, посвящённые трансформации медиаповестки под воздействием цифровизации [1].

Объектом настоящего исследования выступает телеканал «Реутов ТВ» – региональное муниципальное средство массовой информации, действующее в Московской области и обслуживающее аудиторию города Реутов. Предметом исследования является информационная политика данного телеканала, её содержательные, структурные и функциональные характеристики.

Цель работы – комплексный анализ информационной политики телеканала «Реутов ТВ» с учётом социально-демографических характеристик аудитории, тематической структуры вещания, факторов формирования медиаповестки и степени соответствия контента запросам зрителей.

Материалы и методы исследований

Методологическую основу исследования составляют: контент-анализ программной сетки и отдельных выпусков новостей телеканала (выборочный период – январь–март 2026 года); анкетный опрос аудитории (n = 52); анализ вторичных данных социологических исследований. Теоретической базой послужили концепция установления повестки дня М. Маккомбса и Д. Шоу [16], а также положения теории медиасистем Д. Халлина и П. Манчини [15].

Выборка контент-анализа включала все выпуски программы «Новости Реутова» за период январь–март 2026 года: фиксировались тематическая принадлежность каждого сюжета, его хронометраж и частота появления в эфире. Анкетный опрос проводился методом очного и заочного анкетирования; в выборку намеренно были включены представители молодёжных групп как потенциальной аудитории канала. Обработка данных осуществлялась методами описательной статистики и сравнительного анализа.

Эмпирическую базу исследования составили материалы телеканала «Реутов ТВ», осуществляющего вещание в г. Реутов – одном из динамично развивающихся наукоградов Московской области. По данным переписи 2024 года, население города составляет 112 тыс. человек (18-е место среди городов Московской области по численности населения, данные Росстата). Город отличается высокой долей работников научно-исследовательской и высокотехнологичной сферы, что формирует образованную и взыскательную

аудиторию, предъявляющую повышенные требования к качеству и аналитической глубине медийного контента.

Информационная политика телеканала формируется с обязательным учётом половозрастного, образовательного и социального состава обслуживаемой аудитории. Согласно проведённому анализу, основную целевую аудиторию «Реутов ТВ» составляют люди старшего возраста: зрители в возрасте 30–59 лет – 43%, старше 60 лет – 22%, старше 80 лет – 1,4%. Молодёжные группы представлены значительно скромнее: дети до 6 лет – 9,8%, подростки 7–17 лет – 11,83%, молодёжь 18–29 лет – 11,98%. В гендерном отношении среди зрителей преобладают женщины – 55,7%.

Социальный портрет аудитории также отличается выраженной спецификой. Наибольшую долю зрителей составляют пенсионеры – 51%, за ними следуют специалисты и служащие – по 11%, рабочие – 10%, домохозяйки – 6%, студенты и школьники – 4%, руководители – 4%, неработающие – 2%, владельцы индивидуального бизнеса – 1%.

С точки зрения образовательного уровня, 33,3% жителей имеют высшее образование, 3,7% – неполное высшее, 35,1% – среднее профессиональное образование, 13,0% окончили 11 классов средней школы, 5,6% – 9 классов, 5,2% – 5 классов. Совокупно высшее и среднее профессиональное образование имеют 72,1% жителей, что свидетельствует о достаточно высоком образовательном уровне потенциальной аудитории канала.

Таким образом, редакция при формировании контентной политики ориентируется на аудиторию, доминирующими характеристиками которой являются: зрелый и пожилой возраст (66,4%), женский пол (55,7%), наличие высшего или среднего профессионального образования (72,1%). Это существенно определяет, как тематические приоритеты вещания, так и форматы подачи материала.

Подобный портрет аудитории характерен для значительной части муниципальных телеканалов Подмосковья. Молодёжь в возрасте до 29 лет, как правило, предпочитает получать информацию из цифровых источников – социальных сетей, мессенджеров и видеоплатформ [2]. Это создаёт структурное противоречие между традиционным телевизионным форматом и потребностями значительной части горожан, которая фактически выпадает из аудитории канала.

Существенным методологическим контекстом исследования служит государственная политика цифровизации регионального медиапространства. Федеральный закон от 14 июля 2022 года № 270-ФЗ обязал органы местного самоуправления создавать официальные страницы в социальных сетях и организовывать взаимодействие с гражданами через цифровую инфраструктуру. В рамках национальной программы «Цифровая экономика» сформирована система «Госпаблики», реализуемая через Центры управления регионами при координационной поддержке АНО «Диалог». Среди задач системы – обеспечение обратной связи с населением и организация присутствия органов власти в цифровом пространстве [3].

Исследователи фиксируют, что цифровизация медиапространства неоднозначно сказывается на положении региональных телеканалов. С одной стороны, она открывает новые каналы дистрибуции и позволяет расширить аудиторный охват за пределы традиционного вещания. С другой стороны, усиление конкуренции за внимание пользователей со стороны интернет-сервисов ставит региональное телевидение в заведомо невыгодное положение [1]. В этих условиях телеканалам необходимо искать форматные и содержательные решения, которые позволяли бы сохранять и наращивать лояльную аудиторию.

Результаты и обсуждения

Полученные данные сгруппированы в четыре блока: (1) контентная структура и тематические приоритеты вещания; (2) зрительские предпочтения и диспропорции контентного предложения; (3) факторный анализ формирования информационной повестки; (4) состояние обратной связи с аудиторией.

Прежде всего необходимо уточнить ключевое понятие. В отечественной теории журналистики информационная политика телеканала понимается как целостная стратегия формирования и распределения контента. Ю.В. Клюев определяет её как «кумулятивный результат воздействия совокупного редакционного, программного, рекламного контента, изначально определяемого компанией и влияющего на сознание аудитории» [8]. Г.В. Лазутина рассматривает редакционную политику как воплощение системы ценностей, ориентаций и установок, определяющих характер взаимодействия редакции с аудиторией [9]. М.В. Шкондин трактует медийную политику как отражение социальной ответственности СМИ перед своим сообществом [14]. В совокупности эти подходы позволяют рассматривать информационную политику муниципального телеканала не просто как редакционный инструмент, но как механизм общественного договора между СМИ и местным сообществом.

1. Контентная структура и тематические приоритеты вещания

Главным информационным продуктом телеканала «Реутов ТВ» является программа «Новости Реутова», выходящая ежедневно 8 раз в день хронометражем 15 минут. Данная программа выступает основным инструментом формирования информационной повестки и отражает приоритеты редакционной политики канала. Ежедневный совокупный объём новостного вещания составляет 2 часа, что является весомым показателем для муниципального телеканала такого масштаба.

Анализ тематического распределения материалов программы «Новости Реутова» выявил следующую структуру: спортивные события занимают лидирующее положение – 23,8%; социальные вопросы – 22%; жилищно-коммунальное хозяйство – 18,2%; образование и наука – 9,8%; погода – 9,8%; молодёжная политика – 6,7%; работа местной промышленности – 6,7%; преступления и криминал – 3%.

Примечательно, что спортивная тематика занимает первое место по объёму эфирного времени, опережая социальные сюжеты. С позиций теории установления повестки дня [10], это означает, что телеканал формирует у аудитории представление о спорте как о приоритетной сфере городской жизни, тогда как реальные проблемы – жилищно-коммунальная сфера, занятость, городская среда – отходят на второй план. Данная тенденция коррелирует с выводами исследователей о «структурном смещении» повестки муниципальных СМИ в сторону «мягких» тем в ущерб социально острым вопросам [11].

Освещение криминальных событий представлено минимально (3%), что соответствует концепции позитивно ориентированного муниципального вещания и согласуется с общей редакционной установкой на формирование «позитивного образа» города. Однако исследователи указывают, что подобная стратегия несёт риски: сознательное избегание острых тем воспринимается частью аудитории как ангажированность и снижает доверие к каналу [4].

В структуре общего эфирного времени преобладают художественные фильмы и сериалы – 41,7%, а также образовательные и документальные программы – 38,3%. Развлекательный контент занимает 2,7%, детские программы – 7,9%. Столь высокая доля готового контента объясняется объективными ограничениями: трудностями собственного производства, а также финансовыми и кадровыми проблемами редакции.

Высокая доля готового контента (приобретённых фильмов и сериалов) типична для региональных телеканалов, испытывающих дефицит производственных ресурсов. Исследования показывают, что собственное производство – один из ключевых факторов конкурентоспособности регионального телевидения, поскольку именно оригинальный местный контент является тем, что отличает канал от федеральных конкурентов и стриминговых платформ [6]. Минимизация доли собственного производства в пользу покупного контента снижает уникальность канала и его ценность для местной аудитории.

2. Зрительские предпочтения и диспропорции контентного предложения

В целях выявления предпочтений и оценки уровня вовлечённости зрительской аудитории был проведён опрос, охвативший различные социально-демографические группы населения. В рамках фокус-группы были представлены: школьники и студенты (80,8%), специалисты (9,6%), домохозяйки (7,7%), предприниматели (5,8%), пенсионеры (5,8%), безработные и самозанятые (5,8%), служащие (5,8%), руководители (3,8%). Следует учитывать, что молодёжная группа была намеренно включена в выборку с целью изучения потенциальной аудитории канала, даже если она в настоящее время не является его активным потребителем.

Исследование позволило получить данные о доверии жителей города к местной власти. Доля граждан, полагающих, что властям можно доверять и что с ними возможно эффективное взаимодействие, составила 52%. Доля граждан, чувствующих ответственность за ситуацию в своём населённом пункте, – 35%. Доля граждан, занимающих активную гражданскую позицию и готовых объединяться для решения общественно значимых проблем, – 17% [11]. Данные показатели в целом согласуются с общероссийскими тенденциями: по данным Фонда Общественного Мнения, уровень положительных оценок региональной власти в стране устойчиво колеблется в интервале 50–58%.

Анализ частоты просмотра телеканала показал, что 44,2% зрителей смотрят «Реутов ТВ» раз в неделю, 42,3% – 1–2 раза в неделю, и лишь 9,6% являются ежедневными зрителями. Это свидетельствует о преимущественно эпизодическом характере потребления контента, что ставит перед редакцией задачу повышения привлекательности вещания и формирования привычки регулярного просмотра.

Наибольшей популярностью среди зрителей пользуются новостные программы: за них проголосовали 92,3% респондентов. На втором месте – ток-шоу (63,5% опрошенных). Третью позицию занимают фильмы и сериалы (34,6%). Таким образом, реальные зрительские предпочтения существенно расходятся с фактической структурой вещания телеканала «Реутов ТВ», где доминируют художественные фильмы (41,7% эфирного времени), а ток-шоу практически отсутствуют.

Среди жанров, которых, по мнению зрителей, не хватает на канале, лидируют ток-шоу (82,7% респондентов) и новостные программы (80,8%). Желание видеть больше фильмов и сериалов выразили 42,3%

опрошенных. Кроме того, аудитория считает недостаточным освещение социальных вопросов (92,2%), молодёжной политики (70,6%) и проблем жилищно-коммунального хозяйства (56,9%).

Выявленное расхождение между запросами аудитории и реальным контентным предложением является системной проблемой, характерной не только для «Реутов ТВ». Исследования муниципальных СМИ других российских регионов фиксируют аналогичный разрыв [5, 6]. Его причины носят комплексный характер: от ограниченности ресурсов для производства ток-шоу и дискуссионных форматов до редакционных ограничений, препятствующих острой социальной журналистике.

Несоответствие предложения спросу имеет стратегические последствия для канала. Исследования в области медиаменеджмента показывают, что удовлетворённость контентом является ключевым предиктором лояльности аудитории и регулярности потребления [2]. Таким образом, существующий разрыв непосредственно объясняет низкую долю ежедневных зрителей канала (9,6%), фиксируемую в ходе опросов.

3. Факторный анализ формирования информационной повестки

Информационная политика телеканала «Реутов ТВ» формируется под воздействием комплекса взаимосвязанных факторов: политических, экономических, социально-культурных и технологических.

Политические факторы играют определяющую роль в выборе тем для освещения и способов их представления. Редакция канала при формировании информационной повестки учитывает интересы своих учредителей, а также политических и бизнес-групп. Следствием этого становится ситуация, при которой общественно значимые проблемы могут перекрываться или существенно корректироваться интересами субъективно мотивированных групп влияния. В результате формируется расхождение между официально декларируемой повесткой и реальными нуждами жителей города [12].

Данная тенденция проявляется в том, что редакция нередко отдаёт предпочтение темам, отвлекающим аудиторию от острых проблем (спорт, мировая политика), в ущерб освещению вопросов, непосредственно касающихся жизни горожан: жилищно-коммунальных проблем, миграции, занятости, роста заработной платы, качества муниципальных услуг. В результате информационная политика канала приобретает черты пропаганды позитивной деятельности местной власти, а не независимого информирования граждан. И.М. Дзялошинский квалифицирует подобную редакционную стратегию как «журналистику лояльности», противопоставляя её «журналистике сопереживания», ориентированной на реальные интересы аудитории [4].

Экономические факторы оказывают непосредственное влияние на содержание, технические возможности, качество и масштаб производства телепрограмм. Уровень экономического развития региона, состояние основных отраслей местной экономики, ситуация на рынке труда – всё это определяет ресурсную базу канала и, как следствие, его контентные возможности. Муниципальные каналы, финансируемые из местных бюджетов, особенно уязвимы перед экономическими трудностями: сокращение финансирования немедленно сказывается на объёме и качестве собственного производства.

Социально-культурные факторы играют важную роль в формировании медийного контента и его восприятии аудиторией. Этнокультурные особенности населения, доминирующие системы ценностей и нормы поведения в обществе обусловливают тематические приоритеты вещания, формат подачи материалов и стилистику коммуникации с аудиторией. Для Реутова как наукограда характерен высокий образовательный уровень жителей и устойчивый запрос на качественную аналитическую журналистику, который канал пока удовлетворяет лишь частично.

Технологические факторы определяют технические средства и технологии производства контента, а также требования к профессиональным компетенциям сотрудников. В условиях современной цифровой медиаиндустрии техническое оснащение и уровень технологической компетентности персонала телеканала непосредственно влияют как на оперативность подготовки материалов, так и на качество визуального представления новостных сюжетов [1]. С развитием цифровых технологий «Реутов ТВ», как и другие региональные каналы, сформировал собственные цифровые инстанции для донесения информации до граждан.

Необходимо учитывать взаимозависимость перечисленных факторов. Так, политическая зависимость от учредителей осложняет привлечение внебюджетных источников финансирования, что, в свою очередь, ограничивает технологическое развитие и объём собственного производства. Образуется замкнутый круг, преодоление которого требует системных изменений как в редакционной политике, так и в модели финансирования канала.

4. Обратная связь с аудиторией: состояние и перспективы

Одной из ключевых проблем функционирования телеканала является недостаточный уровень обратной связи с аудиторией. Исследование показало, что 59,6% опрошенных зрителей никогда не отправляли свои новости в пресс-центр телеканала. Лишь 34,6% респондентов обращались в редакцию однократно. Среди

основных причин пассивности граждан – трудность обращения в пресс-центр; на это указали 71,2% опрошенных.

Отсутствие у граждан реальных возможностей влиять на формирование повестки дня порождает системные проблемы во взаимодействии общества и власти [12]. Аудитория оказывается в положении пассивного получателя информации, лишённого инструментов участия в формировании медийной реальности. Это противоречит самой природе муниципального СМИ, призванного служить площадкой гражданского диалога.

В контексте теории участия и концепций партиципаторной журналистики [4] пассивная аудитория является симптомом нереализованного потенциала канала. Партиципаторная модель предполагает, что граждане не просто потребляют информацию, но и участвуют в её создании: сообщают о проблемах, предлагают темы, реагируют на публикации. Именно такая модель в наибольшей мере соответствует задачам муниципального СМИ.

Между тем потенциал для улучшения ситуации существует. Граждане демонстрируют интерес к участию в жизни города: 52% жителей доверяют местной власти и считают возможным эффективное взаимодействие с ней, 35% чувствуют личную ответственность за положение дел в своём населённом пункте. Эти данные свидетельствуют о наличии активной гражданской базы, которую телеканал пока не задействует в полной мере [11].

Развитие цифровых инструментов коммуникации открывает новые возможности для преодоления данного разрыва. Социальные сети, государственные паблики и специализированные платформы обратной связи позволяют гражданам значительно эффективнее и оперативнее доносить свои интересы до органов власти и редакций региональных СМИ [3]. Опыт регионов, активно внедряющих цифровые каналы взаимодействия с аудиторией, свидетельствует о том, что это не только повышает вовлечённость граждан, но и существенно обогащает информационную повестку канала актуальными «низовыми» историями.

Необходимо также учитывать медиаграмотность аудитории как условие эффективной обратной связи. Исследования показывают, что значительная часть потенциальных участников гражданской медиаактивности не осознаёт своих возможностей влиять на редакционную повестку [13]. Это означает, что телеканалу следует не только упростить технические процедуры взаимодействия с аудиторией, но и целенаправленно информировать зрителей о доступных каналах коммуникации с редакцией.

Выводы

Проведённый анализ информационной политики телеканала «Реутов ТВ» позволяет сформулировать ряд выводов. Информационная политика канала в целом направлена на удовлетворение запросов всей совокупности групп населения, однако основное эфирное время и тематические приоритеты ориентированы на запросы целевой аудитории – взрослого и пожилого населения.

Вместе с тем между реальными предпочтениями зрителей и фактическим контентным предложением существует значительный разрыв. Аудитория ожидает большего внимания к темам, непосредственно связанным с повседневной жизнью жителей города, – прежде всего к социальным вопросам, проблемам жилищно-коммунального хозяйства и молодёжной политике. Зрители также испытывают потребность в большем количестве ток-шоу и новостных программ, которые на канале представлены недостаточно.

Формирование информационной повестки телеканала определяется комплексом политических, экономических, социально-культурных и технологических факторов, среди которых политические оказывают наиболее существенное влияние. Интересы учредителей и аффилированных групп нередко корректируют содержание эфира в ущерб освещению реально значимых для горожан проблем. Данная ситуация является типичной для муниципального телевидения России и отражает более широкие противоречия в системе региональных медиа [12, 4].

Проблема слабой обратной связи с аудиторией представляется одной из наиболее острых. Необходимо упрощение процедуры обращения граждан в редакцию, внедрение цифровых инструментов участия, а также расширение форматов, предполагающих непосредственное участие жителей в создании контента. Это позволит телеканалу «Реутов ТВ» в полной мере реализовать свой потенциал как инструмента гражданского диалога и социально ориентированного муниципального СМИ.

Перспективами дальнейшего исследования является изучение трансформации информационной политики «Реутов ТВ» в контексте развития мультимедийных форматов и платформенных стратегий, а также сравнительный анализ практик муниципального телевидения в сопоставимых по размеру городах Московской области.

Список источников

1. Вартанова Е.Л. Медиасистема России: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2015. 384 с.
2. Вырковский А.В. Трансформация медиапотребления в России: от традиционных СМИ к цифровым платформам // Медиаскоп. 2016. № 4. С. 1 – 18. http://www.mediascope.ru/2242.
3. Грачева Е.С. Социальные сети как новый канал взаимодействия общества и власти // Актуальные проблемы экономики, финансов в условиях глобализации. Балашиха: Российский государственный аграрный заочный университет, 2023. С. 96 – 99.
4. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2012. 104 с.
5. Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2004. М.: Изд-во МГУ, 2003. 464 с.
6. Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М.: Фокус-медиа, 2011. 200 с.
7. Климова К.В. Региональные средства массовой информации как источник изучения проблем социально-экономического развития 1194–2004 г.г. // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 371. С. 99 – 102.
8. Клюев Ю.В. Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публичного политического взаимодействия. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2013. 192 с.
9. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: учебное пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2010. 224 с.
10. Маккомбс М. Установление повестки дня: масс-медиа и общественное мнение / пер. с англ. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 318 с.
11. Митрохина Т.Н. Политическая повестка дня в российских регионах: некоторые закономерности формирования и индикативные характеристики // Омск: Изд-во Омского государственного университета, 2021. С. 166 – 169.
12. Петухов Р.В. Есть ли связь между разрушением доверия общества к местным властям и изменениями конституционного регулирования местного самоуправления? // Местное право. 2020. № 3. С. 27 – 34.
13. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов н/Д: ЦВВР, 2014. 708 с.
14. Шкондин М.В. Системные факторы формирования медиасреды // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. 2012. № 1. С. 7 – 24.
15. Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 342 p.
16. McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass Media // Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36. № 2. P. 176 – 187. https://doi.org/10.1086/267990.

References

1. Vartanova E.L. Media System of Russia: A Textbook for University Students. Moscow: Aspect Press, 2015. 384 p.
2. Vyrkovsky A.V. Transformation of Media Consumption in Russia: From Traditional Media to Digital Platforms. Mediascope. 2016. No. 4. P. 1 – 18. http://www.mediascope.ru/2242.
3. Gracheva E.S. Social Networks as a New Channel of Interaction between Society and Government. Actual Problems of Economics and Finance in the Context of Globalization. Balashikha: Russian State Agrarian Correspondence University, 2023. P. 96 – 99.
4. Dzyaloshinsky I.M. Participatory Journalism. How to Make the Media Useful to People. Moscow: Prestige, 2012. 104 p.
5. Zasursky Ya.N. Temptation of Freedom. Russian Journalism: 1990–2004. Moscow: Moscow State University Publishing House, 2003. 464 p.
6. Kachkaeva A.G. Journalism and Convergence: Why and How Traditional Media Are Transforming into Multimedia. Moscow: Focus-Media, 2011. 200 p.
7. Klimova K.V. Regional Mass Media as a Source for Studying Problems of Socio-Economic Development from 1994 to 2004. Bulletin of Tomsk State University. 2013. No. 371. P. 99 – 102.
8. Klyuev Yu.V. Political Discourse in Mass Communication: Analysis of Public Political Interaction. St. Petersburg: St. Petersburg State University Press, 2013. 192 p.

9. Lazutina G.V. Professional Ethics of a Journalist: A Study Guide. 3rd ed., revised and expanded. Moscow: Aspect Press, 2010. 224 p.

10. McCombs M. Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion. Translated from English. Moscow: Institute of the Public Opinion Foundation, 2004. 318 p.

11. Mitrokhina T.N. Political Agenda in Russian Regions: Some Patterns of Formation and Indicative Characteristics. Omsk: Omsk State University Press, 2021. P. 166 – 169.

12. Petukhov R.V. Is there a connection between the destruction of public trust in local authorities and changes in the constitutional regulation of local self-government? Local Law. 2020. No. 3. P. 27 – 34.

13. Fedorov AV Media Education: History, Theory, and Methodology. Rostov n/D: TSVVR, 2014. 708 p.

14. Shkondin MV Systemic Factors in the Formation of the Media Environment. Bulletin of Moscow University. Series 10, Journalism. 2012. No. 1. P. 7 – 24.

15. Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 342 p.

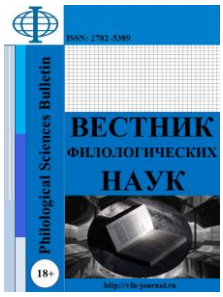
16. McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36. No. 2. P. 176 – 187. https://doi.org/10.1086/267990.

Информация об авторах

Алексеев Д.И., *Финансово-юридический университет (МФЮА), ivolga22@mail.ru*

Керимова Д.Ф., *кандидат филологических наук, зав. кафедрой журналистики, Финансово-юридический университет (МФЮА), г. Москва, ул. Введенского, 1а*

© Алексеев Д.И., Керимова Д.Ф., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 81`25
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-135-145

[1] Вишневский А.В. ***[1] Ивановский государственный университет***

Техники экспликации в переводе художественного текста

Аннотация: *цель настоящего исследования – рассмотреть понятие экспликации, используемое в переводоведении, ее виды, техники и причины. На материале текста романа Д. Брауна «Ангелы и демоны» и его перевода анализируются и систематизируются конкретные техники переводческой экспликации, вырабатывается их номенклатура в художественном переводе с английского на русский язык. Практическое значение исследования состоит в систематизации опыта использования техник экспликации на примере перевода современного художественного произведения. Результаты можно использовать в практике художественного и иных видов перевода, при формировании общей стратегии перевода текста с учетом различий в соотношении словесно выраженной и словесно невыраженной информации на ИЯ и ПЯ, в преподавании теории и практики перевода. Актуальность рассматриваемой проблемы подчеркивается принадлежностью экспликации к переводческим универсалиям – неизменным свойствам перевода. Проведенное исследование не только подтверждает широкое использование экспликации в художественном переводе, но и демонстрирует большое разнообразие применяемых техник, как количественных, так и качественных. Среди них использование синонимов, заполнение валентности, восстановление эллиптических предложений, добавление признаков ситуации, конкретизация, генерализация, перефразирование и другие техники.*

Ключевые слова: *экспликация, имплицитный, техники перевода, добавление, конкретизация, контекст, экстралингвистическая ситуация, когезия, признаки ситуации*

Для цитирования: Вишневский А.В. Техники экспликации в переводе художественного текста // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 135 – 145. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-135-145

Поступила в редакцию: 15 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 29 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Vishnevskiy A.V. ***[1] Ivanovo State University***

Explication techniques in translation of a fictional text

Abstract: *this study explores the concept of explicitation used in translation studies and attempts to define its types, techniques and causes. The history and various interpretations of the concept are studied. Relying on the sources – an adventure novel "Angels and Demons" by Dan Brown and its translation into Russian by G. Kosov – techniques of explicitation are analyzed and classified, and their list is drawn. The paper's practical value is in the systematic representation of diverse explication techniques as found in translation of a modern work of fiction. The findings of this research can be used in translation practice, including fiction and other types of literature, in building translation strategies which take into account the balance of verbally expressed and implied information in the SL and TL, and in teaching courses of theory and practice of translation. The importance of the problem in question is emphasized by the fact that explicitation belongs to translation universals, i.e. permanent properties of translation. This research not only confirms the widespread use of explicitation in translation, but also demon-*

strates a wide variety of both quantitative and qualitative explicitation techniques used by the translator. These include use of synonyms, filling-in of valency gaps, restoring of elliptical sentences, addition of situational features, concretization, generalization, paraphrasing and others.

Keywords: *explicitation, implied, translation techniques, addition, concretization, context, extralinguistic situation, cohesion, situational features*

For citation: Vishnevskiy A.V. Explication techniques in translation of a fictional text. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 135 – 145. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-135-145

The article was submitted: April 15, 2026; Approved after reviewing: April 29, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

В поиске оптимальных решений при работе с художественным текстом переводчики могут в различной степени отклоняться от оригинала. Одним из факторов, приводящих к асимметрии исходного и переводного текстов (ИТ и ПТ), является экспликация. В настоящем исследовании ставится цель рассмотреть понятие экспликации и ее основные виды, выделить основные техники экспликации, используемые в художественном переводе романа Д. Брауна «Ангелы и демоны», установить причины экспликации.

Тема экспликации имеет большое теоретическое значение для переводоведения, затрагивая базовые понятия дисциплины. Э. Честертон относит экспликацию к числу переводческих универсалий [21, с. 185]. Согласно Э.-А. Гутту, оригинальные и переводные тексты можно успешно сравнивать с точки зрения содержащихся в них экспликатур и импликатур, не обращаясь к базовым категориям буквального перевода, вольного перевода и эквивалентности [16]. Проблема актуальна для машинного перевода: как отмечают Ж.-П. Вине и Ж. Дарбельне, при передаче информации из ИЯ на ПЯ применим принцип консервации информации Руйе, в соответствии с которым машины увеличивают энтропию, и количество информации уменьшается; переводчики же превосходят машины тем, что могут привносить информацию в сообщение [25, с. 170]. Важность рассматриваемой проблемы подчеркивается ее выходом за рамки лингвистики в сферы философии и культурологии, где одной из актуальных тем является соотношение слова и молчания. Как пишет М.Н. Эпштейн, «при всей противоположности слова и молчания они рождаются из одного интенционально-смыслового поля и в предельных случаях обратимы» [13]. Практическое значение исследований экспликации состоит в возможности выделения и классификации различных техник экспликации применительно к направлению перевода английский-русский язык. Результаты можно использовать в практике художественного и других видов перевода, в том числе в процессе изучения и освоения эксплицирующих техник перевода, а также при формировании общей стратегии перевода с учетом различий в соотношении словесно выраженной и словесно невыраженной информации на ИЯ и ПЯ.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования послужил роман Д. Брауна «Ангелы и демоны». Произведение является первым в цикле из пяти книг, повествующих о приключениях Роберта Лэнгдона – гарвардского профессора, специализирующегося на религиозной символике. По сюжету Лэнгдон вместе с приемной дочерью убитого ученого Витторией Ветра оказывается невольно вовлечен в расследование серии преступлений, включая убийства и запланированный теракт в Ватикане. Как отмечается в статье Э. Муратовой и Д. Пулатовой, роман ориентирован на массового потребителя и имеет ряда фактических неточностей, в результате чего о нем сформировалось неоднозначное мнение как о «бульварном чтиве». Вместе с тем, нельзя отрицать и достоинства произведения, в котором ставятся глубокие вопросы противостояния науки и религии, добра и зла («ангелов» и «демонов») [10].

Отнесение «Ангелов и демонов» к конкретному литературному жанру затруднительно. Одним из подходящих определений является «гибридный роман», так как в нем ощущается влияние различных форм современной поп-культуры – от компьютерных игр до туристических маршрутов [10, с. 583]. Подобную эклектичность произведений Д. Брауна отмечают и другие критики, ставя их в один ряд с такими формами, как триллеры, шпионские романы, криптологические и конспирологические романы, детективные романы, триллеры для интеллектуалов [4, с. 7]. В сети роман также называют «интеллектуальным детективом» и «квестовым триллером». Рассматриваемый перевод выполнен Г.Б. Косовым, среди работ которого (по данным вебсайта fantlab.ru) свыше 70 переводов классиков XX века и современных мастеров фантастической и детективной литературы. Данный перевод сразу обращает на себя внимание раз-

вернутостью формулировок по сравнению с оригиналом, в силу чего и был выбран материалом исследования.

В исследовании использовался метод частичной выборки, в рамках которого посредством сопоставительного анализа отбирались английские высказывания и соответствующие им русские переводы с примерами экспликации (порядка 400 примеров). При работе с примерами использовался метод контекстуального анализа.

Результаты и обсуждения

Слово «экспликация» происходит от лат. *explicatio.* Корень восходит к протоиндоевропейской основе **plek* с физическим значением «плести» (ср. рус. «плести», англ. *plait* – «заплетать» из ст. фр.) [8, 17]. На основе физического значения («расплетание», «развертывание») были образованы переносные значения, такие как «объяснение», «толкование».

В языкознании «экспликация» и однокорневые слова («эксплицитный», «эксплицировать» и др.) традиционно ассоциируются с вербальным, словесным выражением смысла. Противоположным понятием является импликация, обозначающая вербальную невыраженность, подразумеваемость. Термин можно встретить в трудах по общему языкознанию, семасиологии, контрастивной лингвистике, когнитивной лингвистике, лексикографии.

В англоязычном переводоведении экспликация обозначается термином *explicitation*. Под ним понимается техника эксплицирования в переводном тексте информации, имплицируемой в исходном тексте [18, с. 104]. Данным термином также обозначается результат применения данной техники в переводном тексте, повышающий уровень эксплицитности (explicitness) перевода по сравнению с оригиналом [18]. Тем не менее, как отмечает Р. Крюгер, несмотря на широкое использование понятия экспликации различными исследователями, общепринятого определения для него пока не существует [19, с. 5].

Понятие экспликации используется в переводоведении с конца 1950-х годов. Принято считать, что данный термин был введен канадскими учеными Ж. -П. Вине и Ж. Дарбельне, отмечавшими, что помимо потерь (losses) информации в переводе возможны и ее приращения (gains), реализуемые посредством экспликации [25, с. 169-170]. Из ранних переводоведческих работ следует также отметить монографию Ю. Найды (1964 г.), в которой ученый, хотя непосредственно не оперирует термином *explicitation*, уделяет большое внимание соотношению имплицитного и эксплицитного в переводе. В частности, он отмечает, что «в языке-реципиенте часто приходится уточнять то, что плохо определено (то есть выражено двусмысленно, расплывчато либо подразумевается) в исходном сообщении» [22, с. 174].

Одной из проблем в исследовании экспликации является выделение ее видов, что было отражено в ряде работ.

К. Сегино говорит о трех формах экспликации в переводе: в переводе выражено то, чего нет в оригинале; в переводе явным образом выражено то, что подразумевается в исходном тексте или находится в пресуппозиции аудитории ИТ; в переводе – за счет акцентирования внимания, эмфазы или выбора лексических средств – элементу придается большее значение, чем в исходном тексте [24, с. 108].

К. Клауди выделяет четыре типа экспликации [18, с. 104-108]. *(1) Обязательная экспликация (obligatory explication)* обусловлена синтаксическими и семантическими различиями языковых систем, в связи с чем ее отсутствие привело бы к нарушениям грамматических норм ПЯ. При этом синтаксическая экспликация обычно выражается в увеличении количества слов в тексте перевода, в то время как семантическая – в подборе более точных эквивалентов. *(2) Опциональная экспликация (optional explication)* обусловлена стратегиями создания текстов на ИЯ и ПЯ, а также стилистическими требованиями. Без нее перевод может звучать «неуклюже и неестественно», даже если все предложения в нем являются грамматически верными. *(3) Прагматическая экспликация (pragmatic explication)* необходима в случаях, когда представители культуры ПЯ незнакомы с аспектами культуры ИЯ, общеизвестными для ее носителей. В этом случае в перевод добавляются пояснения. *(4) Собственно переводческая экспликация (translation-inherent explicitation)* следует из природы самого процесса перевода. Данный четвертый тип представляет особый научный интерес, отражая так называемую «гипотезу экспликации» Ш. Блум-Кулка, которая отмечает, что при переводе наблюдается увеличение когезионной эксплицитности переводного текста по сравнению с исходным текстом, не связанное с увеличением, объясняемым языковыми и текстовыми различиями [14, с. 300]. Это говорит о том, что помимо передаваемой информации в тексте перевода можно обнаружить сторонние элементы, связанные с интерпретацией оригинала переводчиком. При этом чем менее опытен переводчик, тем в большей степени процесс интерпретации им исходного текста находит отражение в тексте перевода [14, с. 301]. Собственно, переводческая экспликация, таким образом,

отражает опосредованный характер перевода как вида межъязыковой коммуникации, где переводчик играет роль центра принятия решений.

В исследовании Т.А. Алексейцевой представлены четыре типа (группы) экспликации. *Лингвистическая экспликация* обусловлена лингвистическими расхождениями между ИЯ и ПЯ. *Контекстуальная экспликация* представляет собой восстановление из окружающего контекста имплицитных элементов текста, обусловленное расхождением узусов. Она стремится облегчить интерпретацию текста читателем за счет использования более однозначных и привычных конструкций. Контекстуальная экспликация призвана обеспечить естественность, привычность звучания текста перевода, а также затрагивает стилистическую сторону – в частности, как показывает автор, может привести к искажению индивидуального авторского стиля. *Культурологическая экспликация* служит для заполнения лакун в фоновых знаниях читателей перевода и нацелена на то, чтобы нивелировать их за счет переводческих техник, таких как парафразы, описательный перевод и примечание. Наконец, *металингвистическая экспликация* связана с проблемами в передаче языковой формы, включая такие аспекты, как фонетика, лексика, морфология, синтаксис [2].

Различные виды экспликации реализуются за счет конкретных техник.

Ю. Найда называет подобные техники добавлениями (additions), к которым относит заполнение эллиптических выражений; обязательную конкретизацию; амплификацию (раскрытие значения слова через словосочетание); ответы на риторические вопросы; добавление родовых понятий, коннективов, категорий языка-реципиента, отсутствующих в исходном языке и некоторые другие операции [22, с. 227-230].

А.В. Кашичкин приводит следующие техники (способы) экспликации имплицитных компонентов оригинала: 1) конкретизация значения единицы исходного текста, добавление семантических признаков в переводе; 2) заполнение валентности; 3) перефразирование; 4) использование синонимов [7, с. 14].

В исследовании В. Папаи указаны различные техники экспликации в паре венгерский-английский язык: добавление и модификация знаков препинания; замена одного предложения двумя; лексические повторы; параллельные грамматические конструкции; заполнение эллиптических конструкций; замена местоимений существительными; добавление союзов; словесные объяснения; ситуативно и культурно обусловленные добавления, а также некоторые другие [23, с. 150].

Т.А. Алексейцева выделяет следующие эксплицирующие техники (приемы) перевода культурно-маркированных единиц: объяснение, замещающее собой исходный элемент; объяснение в тексте при сохранении исходного элемента; объяснение в примечаниях, так же при сохранении исходного элемента [2, с. 13].

Переводческая экспликации может быть вызвана рядом причин. В исследуемой паре английский-русский язык в качестве основной лингвистической причины рассматривают синсемантизм английского и аутосемантизм русского языка. При синсемантизме значение языковой единицы тесно связано со значениями других единиц в высказывании, что позволяет самой единице указывать меньшее число признаков. Невыраженные признаки выводятся из контекста [7, с. 9-10]. Аутосемантизм, в свою очередь, предполагает выражение большего количества признаков ситуации в высказывании [7, с. 10]. Асимметрия отношений контекст-знак в английском и русском языках может выравниваться в переводе за счет превращения контекстуальных смыслов в знаки, то есть за счет экспликации.

Экспликация может быть обусловлена лингвокультурными различиями. Э. Мейер выделяет культуры высококонтекстные и низкоконтекстные. В высококонтекстных культурах, таких как азиатские, значительная доля сообщения передается имплицитно, предполагается, что слушающий умеет «читать между строк». В низкоконтекстных культурах, таких как американская и англосаксонская, принято выражаться максимально буквально, в общении ценится ясность и эксплицитность (clarity and explicitness) [20, с. 36]. При переводе между носителями этих двух культурных кодов может потребоваться уменьшение или увеличение объема вербально выраженной информации.

В качестве еще одной причины экспликации (собственно переводческая экспликация) рассматривают стремление переводчика минимизировать риск неудачной коммуникации [1, с. 14]. Переводчик – осознанно или нет – стремится уменьшить вероятность того, что перевод будет не понят или неверно понят аудиторией ПЯ. В этой связи И.Г. Игнатьева отмечает, что «субъективной причиной переводческой экспликации становится предположение переводчика о том, что существует разница в фоновых знаниях предполагаемого получателя оригинала текста и предполагаемого получателя его перевода» [5, с. 14]. В этом случае, однако, возникает и опасность сверхперевода, при котором, как пишет Кашичкин, «эксплицируются излишние признаки смысловой структуры оригинала, которые рецептор перевода может вывести самостоятельно» [7, с. 19]. Иными словами, переводчик интерпретирует сказанное за читателя, хотя в этом нет необхо-

димости: читатель сам в состоянии понять, что имел в виду автор. Уместно в этом случае провести аналогию между сверхпереводом и вольным переводом, который, в контексте обсуждаемой темы, представляет собой раскрытие очень слабых, периферийных импликатур или даже импликатур, чье наличие в оригинале сомнительно (псевдоимликатур).

Использование экспликации в переводе может быть связано с личностью переводчика как посредника в коммуникации. Как отмечает А.Д. Швейцер, «переводчик, в особенности переводчик художественного текста, неизбежно привносит в процесс перевода свои собственные характеристики. <…> К этим характеристикам относится верность переводчика определенной культурной, и в частности литературной, традиции, его собственное творческое и эстетическое кредо, его связь с собственной эпохой и, наконец, та конкретная задача, которую он сознательно или неосознанно ставит перед собой» [12, с. 172]. О влиянии личности переводчика на перевод, причем в положительном ключе, высказывался еще Н.В. Гоголь. Так он описывал перевод «Одиссеи» В.А. Жуковским: «Перевод как бы еще более вводит в древнюю жизнь, чем сам оригинал. Переводчик незримо стал как бы истолкователем Гомера, стал как бы каким-то зрительным, выясняющим стеклом перед читателем, сквозь которое еще определительней и ясней выказываются все бесчисленные его сокровища...» [9, с. 311]. Приведенные высказывания говорят о том, что наличие следа переводчика в переведенном тексте может оцениваться положительно, включая увеличение уровня эксплицитности. Решение о том, следует ли скорректировать восприятие читателя, помочь ему глубже «прожить» описываемое событие или состояние героя, остается за переводчиком художественного текста исходя из коммуникативной ситуации.

В результате проведенного анализа в тексте перевода романа *Angels and Demons* были выделены следующие техники экспликации.

(i) Заполнение валентности слов. Под валентностью здесь понимается свойство определенных разрядов слов присоединять к себе другие слова [6, с. 31]. Если эти слова используются изолированно, сами по себе, то они «дают ощущение неполноты высказывания и требуют восполнения в высказывании» [6, с. 21]. Используемый русский эквивалент английского слова бывает недостаточен с точки зрения норм русского языка и требует присоединения к нему подходящих по сочетаемости лексических единиц. Добавляемые лексические единицы выводятся из контекста, например (здесь и далее случаи экспликации выделены полужирным шрифтом. – **прим. автора**):

*When the last bolt slid aside, Chartrand **pulled.***

*Когда сработал механизм последнего запора, лейтенант **потянул дверь на себя.*** (Добавлено дополнение «дверь»)

(ii) Восстановление эллиптических предложений. Неполные (эллиптические) предложения в романе используются для придания естественности прямой речи героев и в качестве средств эмфазы. В переводе эллиптические предложения могут передаваться полными предложениями, включая случаи, где эллипсис был бы допустим. Например:

"Wait a minute," the camerlegno said. "You can see this thing?"

*"Yes, signore. **On wireless camera #86**."*

– Минуточку, – остановил его камерарий. – Вы говорите, что эту вещь можно увидеть?

– Да, синьор. **Изображение поступает с беспроводной камеры № 86**.

(iii) Ответы на риторические вопросы. В переводе вслед за риторическим вопросом может быть добавлен ответ на него, отсутствующий в оригинале. Подобные случаи можно отнести к сверхпереводу, так как риторический вопрос по сути уже содержит предполагаемый ответ:

"We ask not why you will not govern yourselves, but how can you?"

*Мы не задаем вопрос, почему вы не управляете собой. Мы спрашиваем: способны ли вы в принципе на это? **Уверяю, что нет.***

(iv) Добавление умозаключений. В переводе могут быть сделаны логические выводы из предшествующего содержания, отсутствующие в оригинальном тексте. Подобные умозаключения обычно суммируют отношение героя к происходящему, как в следующем примере, где Лэнгдон впечатлен возможностями лаборатории, которая прислала за ним новейшее воздушное судно:

Must be one hell of a lab, Langdon thought.

*«Да, ничего себе лаборатория, **не из бедных**», – мелькнуло в голове у Лэнгдона.*

Так как читатель в состоянии самостоятельно завершить подразумеваемую мысль, в данном случае экспликацию можно охарактеризовать как избыточную и отнести к сверхпереводу.

(v) Вставка авторских слов в диалогах. Роман построен вокруг многочисленных диалогов между героями, которые могут включать в себя прямую речь без сопровождения авторских слов. В переводе авторские

слова могут появляться там, где их нет в оригинале. При этом могут добавляться не только глаголы говорения, но и слова, указывающие на эмоциональное состояние героев:

"Do you know what time it is?"

"I apologize. I have something you need to see. I can't discuss it on the phone."

– А вы знаете, который час? – ***возмущенно перебил его Лэнгдон.***

– Прошу меня извинить. Мне необходимо вам кое-что показать. По телефону объяснить не могу.

(vi) Добавление средств когезии. В перевод могут быть добавлены связующие элементы, которых нет в соответствующих им оригинальных высказываниях, в результате чего логическая связь между высказываниями в переводе становится более явной. Используются такие дополнительные средства когезии, как союзы и союзные слова («а», «однако», «впрочем», «так как», «то есть», «поэтому» и др.), вводные слова и словосочетания» («итак», «во-первых»… «во-вторых», «одним словом», «значит» и др.). Добавление союзов может сочетаться с объединением высказываний:

"Girls play with dollies. Boys do math".

«Девочкам положено играть в куклы, ***а*** *математикой разрешено заниматься только мальчикам».*

Обращает на себя внимание широкое употребление союзов с разговорной окраской («ведь», «же»), которые способствуют естественной манере изложения и повышают художественные качества текста. Для усиления когезии в переводе также используются фразы, обобщающие события сюжета или предыдущие реплики героев («С этими словами…», «После этих слов…», «Услышав ее голос…» и др.)

(vii) Добавление признаков ситуации из контекста или экстралингвистической ситуации. Картина происходящего в переводе «Ангелов и демонов» нередко представлена более подробно, чем в оригинале. Эти дополнительные признаки могут извлекаться из предшествующего контекста, что позволяет также рассматривать их в качестве средств когезии. Например, следующий перевод указывает на то, что действие уже совершалось ранее:

Kohler coughed and shifted in his chair.

Колер шевельнулся в кресле и зашелся ***в новом*** *приступе кашля.*

Помимо контекста, эксплицируемые в переводе признаки могут извлекаться из экстралингвистической ситуации. Экспликация в этом случае сопряжена с риском вольного перевода, так как основывается на субъективном представлении переводчика о данной ситуации, даже если последняя является типовой для исходной и принимающей культур. Более того, ситуативный подход к переводу, уменьшая зависимость от текста, инспирирует творческое воображение, вследствие чего в тексте перевода могут появляться неожиданные детали. Сказанное можно проиллюстрировать следующим примером, где высказывание на ПЯ более детально описывает действия персонажа:

"Do you like Reba?" the pilot asked, ***jamming*** *a cassette into the tape deck.*

– Любите Рибу? – спросил пилот, ***придерживая руль одним пальцем левой руки, а правой*** *вставляя кассету в магнитолу.*

(viii) Описательный перевод. Данный прием представляет собой развернутое истолкование значения английского слова или словосочетания в русском тексте. Русское слово-эквивалент может не раскрывать смысл сказанного в нужном объеме либо отсутствовать. В следующем высказывании описательно (не калькой) передается слово *semihistorical*:

Langdon nodded. "Popular game. Ancient brotherhood takes over the world. ***Semihistorical****. I didn't know it was in Europe too."*

– Весьма популярная забава, – кивая, сказал тот (Лэнгдон). – Древнее сообщество пытается покорить мир. Я не знал, что эта ***имеющая некоторое отношение к реальной истории игра*** *уже добралась до Европы.*

(ix) Перефразирование. Чтобы мысль была более понятной, в переводе она может быть выражена иначе, чем в оригинале. При этом в тексте перевода может присутствовать обе формулировки – оригинальная и уточняющая. Перефразирование служит хорошей иллюстрацией стремления переводчика избежать риска недопонимания аудиторией ПЯ:

Eleven twenty-three P.M.

Одиннадцать часов двадцать три минуты. ***Тридцать семь минут до полуночи****.* (В полночь по сюжету должен произойти взрыв. **– прим. автора**)

(x) Добавление эпитетов. В переводе при различных частях речи могут появляться эпитеты, отсутствующие в оригинальных высказываниях. Эти эпитеты могут раскрывать дополнительные контекстуальные смыслы, например: "Langdon gazed at the blinking light a long time." – «Лэнгдон в нерешительности долго смотрел на **дразняще** подмигивающий огонек». В иных случаях эпитеты не сообщают новые подробности,

а скорее играют роль усилителей, в то же время обеспечивая высказыванию бо̀льшую структурно-смысловую законченность:

As an odd combination of fear and exhilaration settled over him, Langdon knew he had no choice.

Лэнгдона охватило странное смешанное чувство ***безоглядного*** *восторга и* ***гнетущего*** *ужаса, и он понял, что выбора у него нет.*

(xi) Передача лексической единицы с помощью нескольких синонимов. Одним из часто используемых приемов перевода является передача одной лексической единицы двумя или более синонимами на ПЯ. Использование синонимов обеспечивает больший охват значений и одновременно с этим влияет на стилистику переводимого высказывания. Например:

He was exhausted, and Maximilian Kohler seemed disinterested in winning any hospitality ***awards****.*

Его (Лэнгдона) одолевала усталость, а Максимилиан Колер, судя по всему, на ***призы, премии и награды*** *за радушие и гостеприимство не рассчитывал.*

(xii) Добавление сравнительных конструкций. В переводе можно встретить художественные сравнения, которых нет в соответствующих оригинальных высказываниях. Сравнения позволяют более наглядно представить происходящее, поэтому могут быть отнесены к техникам экспликации. Примечательно, что сравнительные конструкции содержат стандартные, привычные образы, не нарушая рамки языкового узуса:

Langdon did not look up. His disposition now intensified, his focus total.

Лэнгдон не отрывал глаз от клейма – его мышцы напряглись, а нервы натянулись, ***как перед ответственным стартом****.*

(xiii) Использование антитезы. Смысл сказанного может раскрываться в переводе посредством противопоставления понятий (антитезы), в то время как оригинальном тексте используется только одно понятие, например:

But when the doors slid open, his ***relief*** *evaporated.*

Двери открылись, и испытываемое им ***чувство облегчения сменилось унынием****.*

(xiv) Конкретизация. В переводе могут использоваться лексические единицы с более узким (точным), чем у оригинальных, значением. При этом ключевую роль так же играет контекст, который обеспечивает информационный фон, необходимый для уточнения значения английского слова.

К обязательной (неизбежной) конкретизации относятся случаи контекстуального перевода английских широкозначных глаголов (*do, get, have*) и глаголов движения, как в следующем примере:

"Locate the canister immediately… I ***am coming****."*

– Немедленно найдите сосуд... я ***лечу*** *к вам.* (Имеется в виду перелет на воздушном транспорте. **– прим. автора)**

К случаям опциональной конкретизации относятся контекстуальные переводы таких существительных, как *man*: «пилот», «собеседник», «жертва», «противник», «незнакомец», «гид», «пузан»; *people*: «умельцы», «гвардейцы», «зеваки», «желающие», «обыватели»; *room*: «гостиная», «лаборатория», «зал», «кабинет», «архив», «палата», «часовня». Вместо эквивалентов с общим значением («человек», «люди», «помещение») используются более точные наименования, которые увеличивает лексическое разнообразие текста перевода. Конкретизации подвергаются и другие лексические единицы: глаголы говорения, глаголы-заместители, междометия, наречия, личные и неопределенные местоимения. Последние конкретизируются путем их замены на подходящие по контексту существительные:

Everyone *looked at* ***him****.*

Взгляды ***всех присутствующих*** *обратились на* ***американца****.*

(xv) Генерализация. Взамен культурно-маркированного слова в переводе может использоваться обобщающее родовое понятие, знакомое русскоязычной аудитории. Например, в следующем переводе обобщены названия тайных сообществ:

"Look at this stuff. Accounts tracing the Illuminati back to Galileo, the ***Guerenets*** *of France, the* ***Alumbrados*** *of Spain".*

– Взгляни-ка на это. Если верить отчетам, то орден «Иллюминати» родился во времена Галилея и имел прямое отношение к французским и испанским ***сообществам подобного типа****.*

(xvi) Замена нейтральных единиц эмотивами в высказывании на ПЯ. Под эмотивами здесь понимаются языковые единицы, выполняющие функцию выражений эмоций говорящего и/или эмоционального воздействия на слушающего [11, с. 243]. В переводе могут использоваться отсутствующие в оригинальных высказываниях единицы разговорного стиля или образные обороты речи, обладающие повышенной эмотивностью. Переводчик в этих случаях стремится помимо общего смысла высказывания отразить отношение героев к происходящему, их эмоциональное состояние и переживания. Примеры: *find out* – «разнюхать», *go in*

and out – «шнырять туда-сюда», *craft* – «титановый монстр» (о самолете), *he was not convinced* – «его грыз червь сомнения» и др.

(xvii) Передача значений невербальных знаков. Если в оригинальном тексте герои используют жесты или мимику, в переводе может быть эксплицированы стоящие за ними чувства и мысли персонажей:

Look at his face? ***Langdon frowned.***

«И зачем мне смотреть на его лицо? – ***мысленно возмутился Лэнгдон.***

(xviii) Примечания переводчика. Текст перевода на русский язык снабжен многочисленными примечаниями, которых нет в оригинальном тексте. Примечаниями сопровождаются иноязычные вставки, научно-технические термины, культурно-исторические персоналии, религиозные понятия и символы, названия географических объектов, названия памятников архитектуры и искусства. Большинство примечаний представляют собой перевод иноязычны вставок на итальянском, немецком, французском языках, благодаря которым повествование приобретает национальный колорит и натуральность:

– Sono conducente di ambulanza.

– Ambulanza?[95]

[95]*– Я водитель «скорой помощи». – «Скорой помощи»? (ит.).*

Иностранные слова и фразы, подобные тем, что можно видеть в примере, по звучанию/написанию близки английским, поэтому могут быть поняты англоязычной аудиторией, но нуждаются в переводе на русский язык.

Выводы

Проведенный сопоставительный анализ оригинала и перевода романа Д. Брауна «Ангелы и демоны» показал высокую эксплицитность текста перевода за счет использования широкого набора техник экспликации переводчиком. К экспликации были отнесены случаи увеличения объема или изменения характера словесно выраженной информации в переводном высказывании, способствующие пониманию смысла сказанного аудиторией ПЯ.

Увеличение объема информации в переводе происходит за счет добавления языковых единиц, отсутствующих в оригинале, таких как синонимы, эпитеты, умозаключения, авторские слова, ответы на риторические вопросы, дополнительные признаки ситуации, сравнительные конструкции и антитезы, средства когезии, примечания переводчика. Сюда же можно отнести восстановление эллиптических предложений и заполнение валентности. Следует отметить стандартизованный, клишированный характер используемых стилистических средств, таких как синонимы, эпитеты, сравнительные конструкции и антитезы. Представляется, что тем самым перевод удерживается в рамках языкового узуса, и вольный перевод менее вероятен. Вместе с тем, в связи с использованием указанных переводческих интерполяций имеет место определенное искажение авторского стиля, вероятность чего была отмечена Т.А. Алексейцевой выше. В целом можно говорить об ориентированности перевода на классическую письменно-книжную форму литературного языка в противовес жанровой неопределенности оригинала, о которой было сказано в начале работы.

Изменение характера информации имеет место в случаях конкретизации и генерализации значений исходных ЛЕ, замены нейтральных единиц эмотивами, передачи значений невербальных знаков, перефразирования и описательного перевода, хотя данные трансформации могут также сопровождаться количественными изменениями.

В переводе прослеживается тенденция к соблюдению структурно-смысловой целостности и завершенности высказываний. На это указывает добавление эпитетов в роли различных членов предложения, ответов на риторические вопросы, заполнение валентности, восстановление эллиптических предложений. Добавление средств когезии указывает на тенденцию к укреплению внутритекстовых связей в ПТ.

По результатам обзора источников и проведенного анализа примеров были выделены следующие причины экспликации:

- различия в языковых системах ИЯ и ПЯ;
- различия в способах выражения одного и того же смысла на ИЯ и ПЯ в условиях реальной коммуникации;
- наличие лакун в фоновых знаниях носителя ПЯ в сравнении с носителем ИЯ;
- стремление переводчика нивелировать риск неудачной коммуникации вследствие предполагаемых различий в фоновых знаниях носителей ИЯ и ПЯ;
- различия в речевом поведении носителей ИЯ и ПЯ, включая степень вербального раскрытия контекста на ИЯ и ПЯ;

- влияние идиостиля переводчика как посредника и носителя культурной, литературной, переводческой традиции ПЯ.

Можно также предположить, что увеличение эксплицитности переводного текста в определенной степени компенсирует потери, неизбежно возникающие при переводе с одного языка на другой, способствуя уменьшению дисбаланса и достижению эквивалентности между источником и переводом.

Опираясь на проведенный анализ, в качестве перспектив для дальнейших исследований следует выделить такие проблемы, как использование русских деепричастных и причастных оборотов в качестве средств детализации описаний в переводе, использование русских разговорных частиц, вводных слов и вводных конструкций в художественном переводе для улучшения его художественных качеств.

Список источников

1. Алексейцева Т.А. Экспликация или бесконечное порождение смысла // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2009. № 4. С. 5 – 15.
2. Алексейцева Т.А. Экспликация как способ преодоления межъязыковой и межкультурной асимметрии в переводе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Санкт-Петербург, 2009. 23 с.
3. Браун Д. Ангелы и демоны. М.: АСТ, 2004.
4. Горбунова А.М. Особенности языка и стиля Дэна Брауна в аспекте перевода: на материале романов «Ангелы и демоны» и «Код да Винчи»: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. М., 2010. 18 с.
5. Игнатьева И.Г. Вербальные репрезентации фоновых знаний в медиатекстах и способы их передачи в переводе (на материале медиаиздания «The Economist»): автореф. дис. ... канд. филол. Москва, 2010. 20 с.
6. Кацнельсон С.Д. К понятию типов валентности // Вопросы языкознания. 1987. № 3. С. 20 – 32.
7. Кашичкин А.В. Имплицитность в контексте перевода: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. М., 2003. 28 с.
8. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. Авторская редакция, 2000. 1536 с. URL: https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar (дата обращения: 30.04.2026).
9. Модестов В. С. Художественный перевод: история, теория, практика. М.: Издательство Литературного института им. А. М. Горького, 2006. 463 с.
10. Муратова Е., Пулатова Д. Angels and Demons Novel a Milestone in Dan Brown's Creative Work // Бюллетень науки и практики. 2020. Т. 6. № 3. С. 571 – 584.
11. Ульянова М.А. Категория эмотивности как лингвистическое понятие и основные подходы к её изучению // Актуальные вопросы современной науки. 2011. № 18. С. 237 – 248.
12. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 1988. 215 с.
13. Эпштейн М.Н. Слово и молчание в русской культуре // Звезда. 2005. № 10. URL: https://magazines.gorky.media/zvezda/2005/10/slovo-i-molchanie-v-russkoj-kulture.html (дата обращения: 04.05.2026).
14. Blum-Kulka S. Shifts of cohesion and coherence in translation // Translation Studies Reader. London; New York: Routledge, 2004. P. 298 – 313.
15. Brown D. Angels & Demons. NY: Pocket Books, 2000. 221 c. URL: https://hazidesaratcollege.ac.in/library/uploads/11angels_and_demons.pdf (дата обращения: 04.05.2026).
16. Gutt E.-A. On the Nature and Treatment of Implicit Information in Literary Translation: A Relevance-Theoretic Perspective // Symposium on the Pragmatics of Literary Translation. Turku: Åbo, 1992. URL: http://cogprints.org/2494/2/IMPINF8.htm (дата обращения: 04.05.2026).
17. Harper D.R. The online etymology dictionary. 2001. URL: https://www.etymonline.com (дата обращения: 30.04.2026).
18. Klaudy K. Explicitation // Routledge encyclopedia of translation studies / Mona Baker, Gabriela Saldanha (eds.). London; New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2009. P. 104 – 109.
19. Krüger R. From S-Explicitation to T-Explicitation? Tracing the Development of the Explicitation Concept // Across Languages and Cultures, 2014. № 15 (2). P 153 – 175. URL: https://www.researchgate.net/publication/277924102_From_S-explicitation_to_T-explicitation_Tracing_the_development_of_the_explicitation_concept (дата обращения: 04.05.2026).
20. Meyer E. The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business. Public Affairs, 2014. 288 p.
21. Munday J. Introducing Translation Studies: Theories and Applications. 4th ed. Routledge, 2016. 394 p.
22. Nida E. Toward a science of translating: with special reference to principles and procedures involved in Bible translating. Leiden: E.J. Brill, 1964. 331 p.

23. Papai V. Explicitation: a Universal of Translation? // Translation Universals: Do They Exist? / A. Mauranen, P. Kujamaki (Eds.). John Benjamins, 2004. P. 143 – 164.
24. Séguinot C. Pragmatics and the Explicitation Hypothesis // TTR: traduction, terminologie, redaction. 1988. № 1 (2). P. 106 – 113.
25. Vinay J.P., Darbelnet J. Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1995. 358 p.

References

1. Alekseytseva T.A. Explication or the Infinite Generation of Meaning. Bulletin of Moscow University. Series 22. Translation Theory. 2009. No. 4. P. 5 – 15.
2. Alekseytseva T.A. Explication as a Way of Overcoming Interlingual and Intercultural Asymmetry in Translation: Abstract of Cand. Sci. (Philological) Dissertation: 10.02.20. St. Petersburg, 2009. 23 p.
3. Brown D. Angels and Demons. Moscow: AST, 2004.
4. Gorbunova A.M. Features of Dan Brown's Language and Style in Terms of Translation: Based on the Novels Angels and Demons and The Da Vinci Code: Abstract of Cand. Sci. (Philological) Dissertation: 10.02.20. Moscow, 2010. 18 p.
5. Ignatyeva I.G. Verbal representations of background knowledge in media texts and ways of transmitting them in translation (based on the media publication "The Economist"): Abstract of Cand. Sci. (Philology). Moscow, 2010. 20 p.
6. Katsnelson S.D. On the concept of valence types. Problems of Linguistics. 1987. No. 3. P. 20 – 32.
7. Kashichkin A.V. Implicitness in the context of translation: Abstract of Cand. Sci. (Philology): 10.02.20. Moscow, 2003. 28 p.
8. Kuznetsov S.A. Comprehensive Explanatory Dictionary of the Russian Language. Author's edition, 2000. 1536 p. URL: https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar (accessed: 30.04.2026).
9. Modestov V.S. Literary Translation: History, Theory, Practice. Moscow: Publishing House of the A.M. Gorky Literary Institute, 2006. 463 p.
10. Muratova E., Pulatova D. Angels and Demons Novel a Milestone in Dan Brown's Creative Work. Bulletin of Science and Practice. 2020. Vol. 6. No. 3. P. 571 – 584.
11. Ulyanova M.A. The Category of Emotivity as a Linguistic Concept and the Main Approaches to Its Study. Current Issues in Modern Science. 2011. No. 18. P. 237 – 248.
12. Schweitzer A.D. Translation Theory: Status, Problems, Aspects. Moscow: Nauka, 1988. 215 p.
13. Epstein M.N. Word and Silence in Russian Culture. Zvezda. 2005. No. 10. URL: https://magazines.gorky.media/zvezda/2005/10/slovo-i-molchanie-v-russkoj-kulture.html (accessed: 04.05.2026).
14. Blum-Kulka S. Shifts of Cohesion and Coherence in Translation. Translation Studies Reader. London; New York: Routledge, 2004. P. 298 – 313.
15. Brown D. Angels & Demons. NY: Pocket Books, 2000. 221 pp. URL: https://hazidesaratcollege.ac.in/library/uploads/11angels_and_demons.pdf (accessed: 04.05.2026).
16. Gutt E.-A. On the Nature and Treatment of Implicit Information in Literary Translation: A Rele-vance-Theoretical Perspective. Symposium on the Pragmatics of Literary Translation. Turku: Åbo, 1992. URL: http://cogprints.org/2494/2/IMPINF8.htm (accessed: 04.05.2026).
17. Harper D.R. The online etymology dictionary. 2001. URL: https://www.etymonline.com (accessed: 30.04.2026).
18. Klaudy K. Explicitation. Routledge encyclopedia of translation studies. Mona Baker, Gabriela Saldanha (eds.). London; New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2009. pp. 104 – 109.
19. Krüger R. From S-Explicitation to T-Explicitation? Tracing the Development of the Explicitation Concept. Across Languages and Cultures, 2014. No. 15 (2). P 153 – 175. URL: https://www.researchgate.net/publication/277924102_From_S-explicitation_to_T-exlicitation_Tracing_the_development_of_the_exlicitation_concept (accessed: 04.05.2026).
20. Meyer E. The Culture Map: Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business. Public Affairs, 2014. 288 p.
21. Munday J. Introducing Translation Studies: Theories and Applications. 4th ed. Routledge, 2016. 394 p.
22. Nida E. Toward a science of translating: with special reference to principles and procedures involved in Bible translating. Leiden: E.J. Brill, 1964. 331 p.
23. Papai V. Explicitation: a Universal of Translation? Translation Universals: Do They Exist? A. Mauranen, P. Kujamaki (Eds.). John Benjamins, 2004. P. 143 – 164.

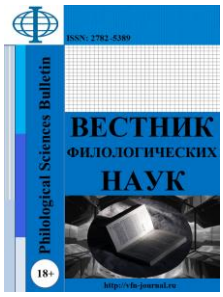
24. Séguinot C. Pragmatics and the Explicitation Hypothesis. TTR: traduction, terminologie, redaction. 1988. No. 1 (2). P. 106 – 113.

25. Vinay J.P., Darbelnet J. Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1995. 358 p.

Информация об авторах

Вишневский А.В., *кандидат филологических наук, доцент, Ивановский государственный университет, Россия, г. Иваново, ул. Тимирязева, д. 5,* *avishnevski@mail.ru*

© Вишневский А.В., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки)
УДК 81'282
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-146-155

[1, 2] Григоренко Н.А.

[1] Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет им. С.М. Кирова
[2] Камчатский государственный университет им. Витуса Беринга

Профессиональная терминология оленеводства в речи русскоговорящих эвенов Камчатки как результат русско-эвенского двуязычия

Аннотация: *статья посвящена комплексному лингвистическому анализу профессиональной терминосистемы оленеводства, функционирующей в речи эвенов Камчатского края, для которых русский язык является основным средством коммуникации. Актуальность исследования обусловлена необходимостью фиксации уникальных языковых процессов, протекающих в условиях интенсивного этнокультурного взаимодействия и естественного билингвизма. Анализируется специфика билингвального профессионального дискурса. Особое внимание уделяется механизмам лексической интерференции, семантическим трансформациям и социолингвистическим факторам, определяющим выбор языкового кода в профессиональной коммуникации оленеводов. Ведущими методами исследования являются метод сплошной выборки языкового материала, описательно-аналитический, в том числе лексикографический и классификационный методы, а также метод включенного наблюдения и сопоставительный анализ лексических единиц. В ходе исследования установлено, что терминология оленеводства в речи русскоговорящих эвенов представляет собой специфический пласт лексики, сформированный за счет субстратного влияния эвенского языка и адаптации заимствований из него под влиянием русской речи. Основные результаты демонстрируют высокую степень устойчивости эвенских основ в названиях мастей, возрастных групп и экстерьерных характеристик оленей при общей грамматической русификации дискурса. Выводы работы подтверждают тезис о сохранении профессионального языкового кода как ключевого фактора этнической идентичности в условиях культурной и языковой трансформации. Материалы статьи представляют практическую ценность для лингвистов, историков, этнологов, этнографов, культурологов.*

Ключевые слова: *Камчатка, эвены, эвенский язык, камчатское наречие, оленеводческая терминология, профессиональный дискурс, языковые контакты, билингвизм, языковой субстрат*

Для цитирования: Григоренко Н.А. Профессиональная терминология оленеводства в речи русскоговорящих эвенов Камчатки как результат русско-эвенского двуязычия // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 146 – 155. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-146-155

Поступила в редакцию: 15 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 29 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1, 2] Grigorenko N.A.

[1] Saint Petersburg State Forest Engineering University named after S.M. Kirov
[2] Kamchatka State University named after V. Bering

Professional terminology of reindeer herding in the speech of Russian-speaking Evens of Kamchatka as a result of Russian-Even bilingualism

Abstract: *this article provides a comprehensive linguistic analysis of the professional terminology of reindeer herding used by the Evens of Kamchatka Krai, for whom Russian is the primary means of communication. The relevance of this study stems from the need to capture the unique linguistic processes occurring in the context of intense ethnocultural interaction and natural bilingualism. The specific features of bilingual professional discourse are analyzed. Particular attention is paid to the mechanisms of lexical interference, semantic transformations, and sociolinguistic factors determining the choice of language code in the professional communication of reindeer herders. The leading research methods used are a continuous sampling of linguistic material, descriptive-analytical methods, including lexicographic and classificatory ones, as well as participant observation and comparative analysis of lexical units. The study established that reindeer herding terminology in the speech of Russian-speaking Evens represents a specific layer of vocabulary, formed through the substrate influence of the Even language and the adaptation of borrowings from it under the influence of Russian speech. The main results demonstrate a high degree of stability of Even stems in the names of colors, age groups, and exterior characteristics of reindeer, despite the overall grammatical Russification of the discourse. The findings support the thesis that the professional linguistic code remains a key factor in ethnic identity in the context of cultural and linguistic transformation. The article's materials are of practical value to linguists, historians, ethnologists, ethnographers, and cultural scientists.*

Keywords: *Kamchatka, Evens, Even language, Kamchatka dialect, reindeer herding terminology, professional discourse, language contacts, bilingualism, linguistic substrate*

For citation: Grigorenko N.A. Professional terminology of reindeer herding in the speech of Russian-speaking Evens of Kamchatka as a result of Russian-Even bilingualism. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 146 – 155. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-146-155

The article was submitted: April 15, 2026; Approved after reviewing: April 29, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Камчатский край представляет собой уникальное лингвокультурное пространство: на полуострове на протяжении нескольких столетий осуществлялось интенсивное взаимодействие русской культуры и русского языка с культурами аборигенного населения и автохтонными языками – корякским, ительменским и эвенским, что привело к формированию, во-первых, специфического регионального варианта русского языка – камчатского наречия с достаточно сильными субстратными элементами, во-вторых, специфических билингвальных ситуаций, оказывающих существенное влияние на отдельные говоры камчатского наречия и характеризующихся неравномерностью социолингвистических параметров.

Языковая ситуация на территории Камчатского полуострова представляет собой достаточно неоднозначную картину, на что неоднократно указывали исследователи [2, 3, 12], и характеризуется неравномерным распределением функциональной нагрузки между контактирующими языками (выраженная диглоссия), в рамках которой русский язык занимает доминирующее положение, выполняя функции государственного языка, языка межнационального общения и основного средства коммуникации в большинстве социальных сфер. Автохтонные языки (корякский, ительменский и эвенский) сохраняют ограниченную функциональную нагрузку, обслуживая преимущественно семейно-бытовую сферу общения в этнических поселениях и выступая в качестве символа этнической идентичности для коренных малочисленных народов, проживающих на территории Камчатского края [2].

Характеризуя языковой портрет современного представителя коренного населения Камчатки, можно выделить следующие характерные черты:

- свободное владение русским языком как основным средством коммуникации во всех сферах;
- пассивное понимание родного языка без активного владения (преимущественно для представителей среднего поколения и части молодежи);

- полная утрата национального языка с сохранением лишь этнической идентичности (для значительной части городской молодежи);
- владение отдельными словами и фразами на родном языке, используемыми в контексте ритуальных действий (для значительной части городской молодежи).

Что касается представителей старшего поколения, выросших в этнических поселениях, они в какой-то степени (ситуации разные) сохраняют активное владение национальными языками, однако и у них русский язык часто доминирует в повседневном общении, особенно при обсуждении тем, связанных с современной жизнью, технологиями, официальными вопросами. Родной язык активно используется при общении представителями старшего поколения в ситуациях традиционного хозяйствования (оленеводство, рыболовство, охота), быта, а также при исполнении фольклорных произведений и праздновании национальных праздников.

Русский язык, функционируя на территории Камчатского полуострова в качестве доминирующего средства коммуникации, на протяжении всей истории русификации Камчатского полуострова испытывал субстратное влияние палеоазиатских и тунгусо-маньчжурских языков, что привело к формированию региональных, главным образом, лексических и фонетических, а также и грамматических особенностей, являющихся следствием процессов интерференции и конвергенции.

Лексико-семантическая интерференция представляет собой наиболее распространенный и легко наблюдаемый тип межъязыкового влияния, проявляющийся в прямом заимствовании лексических единиц, калькировании семантической структуры слов, расширении или сужении значений под влиянием контактирующего языка. При этом необходимо различать собственно заимствование как результат длительного языкового контакта и интерференцию как индивидуальное нарушение норм в речи билингвов, происходящее при переключении кодов.

Если рассматривать сложившиеся билингвальные ситуации на Камчатке в исторической ретроспективе в аспекте языковых контактов, то следует, как нам представляется, говорить о конвергенции языков, которая представляет собой процесс сближения генетически и типологически различных языковых систем в результате длительных и интенсивных контактов, приводящий к формированию структурного и функционального варианта контактирующих языков (в нашем случае камчатского наречия) при сохранении их системной самостоятельности. В отличие от процесса интерференции, который рассматривают как, скорее, индивидуальное речевое явление, конвергенция характеризует системные изменения в языковой структуре, закрепившиеся в узусе языкового коллектива.

Актуальность нашего исследования определяется необходимостью фиксации, документирования языковых фактов с целью сохранения языкового ландшафта региона в условиях глобализационных и ассимиляционных процессов.

Целью исследования является комплексный анализ оленеводческой терминологии, функционирующей в речи русскоязычных эвенов Камчатки, в аспекте влияния русско-эвенского двуязычия.

Объект исследования – профессиональная оленеводческая терминология эвенов, проживающих на территории Камчатского края.

Предмет исследования – результаты влияния двуязычия эвенов на формирование уникальной терминологической системы, сложившейся в их традиционной профессиональной сфере.

Эвены – один из коренных малочисленных народов Северо-Восточной Азии, проживающий на обширных территориях Восточной Сибири и Дальнего Востока России. Одну из таких групп представляют быстринские эвены, проживающие на территории Камчатского края. Этнос не принадлежит к автохтонному населению полуострова, сегодня это уже незначительная по численности группа в регионе, тем не менее обладающая устойчивыми особенностями материальной и духовной культуры, отличающими ее от основной ветви этноса. На Камчатке эвены проживают главным образом в Быстринском районе – в селах Эссо и Анавгай [1, 5].

Эвены – это сибирский тунгусо-маньчжурский народ, родственный эвенкам (самоназвание камчатских эвенов: ороч – оленный человек и эвэсил – спустившийся сверху, устаревшее – ламуты; муж. род – эвен, жен. род – эвенка) [1, с. 9].

Эвенский язык относится к тунгусо-маньчжурской группе алтайской языковой семьи; имеет более десятка говоров, которые объединяются в три наречия – восточное, среднее и западное [1, с. 9]. На территории Быстринского района Камчатского края распространено восточное наречие, характеризующееся территориальной камчатской спецификой.

По данным Всероссийской переписи населения 2020 года, на Камчатке проживает 1780 эвенов, из которых родным языком владеет 787 (44%). Статус витальности языка: 2Б – прерывающийся – межпоко-

ленческая передача сохраняется на небольшой территории, которая составляет незначительную часть всего ареала сообщества [12, 13, 15].

Эвены Быстринского района были выделены в отдельную этноареальную группу в 1960-х гг., которая обособилась как от основного этноса, так и от тех, кто жил на Севере Камчатки. У быстринцев появились присущие только им особенности говора, материальной и духовной культуры, уклада жизни [5, с. 118].

Как показывают результаты экспедиций в села Эссо и Анавгай, реальная ситуация сложнее и критичнее официальной статистики. Сегодня родным языком в активном употреблении владеют только люди старшего поколения (старше 60 лет). Представители среднего и молодого поколения, не занятые традиционными видами хозяйствования и промыслами, знают язык плохо, часто только на уровне пассивного владения (пассивное понимание и знание отдельных фраз). По данным Кривоногова В.П. (2023 год), только 18,4% эвенов, проживающих в Быстринском районе, признали родным эвенский язык, ещё 8,1% опрошенных признали родным два языка – эвенский и русский, остальные 73,5 – русский. Практически все, кто признал эвенский язык родным, – пожилые люди. Лишь 0,5% назвали основным языком общения эвенский, сразу два языка – эвенский и русский – 17,4%, остальные 82,1% признали основным разговорным русский язык. В возрасте 60 лет и старше эти показатели составили соответственно 2,9%, 67,7% и 29,4%; эвены младше этого возраста общаются исключительно на русском языке [6, с. 199-200]. Однако профессиональная терминология оленеводства демонстрирует удивительную устойчивость и продолжает функционировать в условиях активного билингвизма, поскольку оленеводство остаётся важнейшей сферой хозяйственной деятельности для части эвенского населения.

Материалы и методы исследований

Материал исследования выбран из полевых тетрадей диалектологических экспедиций КамГУ им. Витуса Беринга в с. Эссо и с. Анавгай Быстринского района Камчатского края, из картотеки диалектного материала кафедры русской филологии КамГУ им. Витуса Беринга.

В работе применялись следующие методы: метод сплошной выборки языкового материала, описательно-аналитический, в том числе лексикографический и классификационный методы, а также метод включенного наблюдения и сопоставительный анализ лексических единиц.

Результаты и обсуждения

О двуязычии эвенов говорили многие исследователи, объясняя его историческими причинами и языковыми контактами на протяжении всей истории формирования этноса [2 – 5, 14]. Шарина С.И. и Филиппова В.В. отмечают: «Проживая издавна в контактной зоне, где постоянно шли процессы пересечения культурных границ, межкультурных взаимодействий, политических и экономических связей разных народов на протяжении многих столетий, эвены были вовлечены в разнородные сближения и тесные этнокультурные взаимодействия, будучи включёнными в массивы иных культур. Поэтому исторически для большинства эвенов традиционно характерно владение двумя и более языками» [15, с. 93].

Традиционно основным занятием эвенов было кочевое оленеводство, которое оказало огромное влияние на формирование их языка и культуры. Испокон веков эвены вели образ жизни, тесно связанный с природой, основанный на устойчивых практиках пастбищного оленеводства. По данным, которые приводит Кривоногов В.П. (данные 2023 г.), в Быстринском районе традиционными видами хозяйствования (оленеводством и охотой) занимаются 22,2% мужчин. Из них 48,1% – не утратили навыков оленеводства [6].

Специфичность среды обитания обусловила необходимость выделения множества нюансов в процессе разведения оленей, что нашло отражение в языковой картине мира эвенов: эвенский язык отразил эти нюансы на лексическом уровне [8].

«Олень для эвенов играл важную роль с глубокой древности, это не только средство передвижения и пища, это традиционные верования, бытовые традиции и родной язык» [1, с. 10].

С приходом эвенов на Камчатку и в результате контактов с русскими началось интенсивное взаимодействие с русской культурой и языком, сопровождавшееся заимствованиями и взаимовлиянием. Процесс глобализации и ассимиляции привел к постепенному переходу большинства представителей этноса на русский язык, который постепенно проник в быт эвенов, обогатившись рядом специализированных терминов из местного языка. Несмотря на активное распространение русского языка, многие специфические термины, связанные с оленеводством, сохранились и продолжают использоваться в профессиональной речи. Так постепенно сформировалась уникальная терминологическая система с русской основой и субстратными элементами аборигенной культуры и языка.

Специфика коммуникативного поведения эвенов-оленеводов, преимущественно говорящих на русском языке, проявляется в ситуативном переключении кодов. В общении, например, с представителями администрации или с приезжими исследователями используется исключительно русский язык. Однако в профес-

сиональной среде (особый профессиональный билингвальный дискурс) даже русскоязычные билингвы регулярно включают в русскую речь эвенские термины. Это факт можно объяснить не как осознанный выбор в пользу этнической идентичности, а как функциональную необходимость: в русском языке отсутствуют лексические средства, способные адекватно обозначить многие реалии оленеводства.

Представим фрагментарно результаты нашего исследования.

Профессиональная терминология оленеводства в речи камчатских эвенов представляет собой трёхкомпонентную систему. Первая группа – русские лексемы, полностью вытеснившие эвенские аналоги или заполнившие лакунарные ниши. Вторая – исконные лексемы эвенского происхождения, часто трансформировавшиеся под влиянием русского произношения и сохранившиеся в активном употреблении. Третья – гибридные образования, возникшие на стыке двух языковых систем.

Рассмотрим первую группу, представленную лексическими единицами русского происхождения.

Как мы уже отмечали выше, на территории Быстринского района русский язык представлен русским камчатским наречием – особым региональным вариантом русского национального языка с довольно сильным эвенским субстратом. Быстринский говор камчатского наречия демонстрирует типичные черты диалекта в фонетике и грамматике [3]. Лексическая система отражает в полной мере быт и особенности хозяйствования Быстринского района: в речи быстринцев в меньшей степени встречаются, например, термины рыболовства, но достаточно насыщенно и детально представлена сфера оленеводства и охоты.

В речи оленеводов активно используется лексика: *оленевод, вожак* (главный олень в стаде), *важенка* (самка оленя), *откол* (отделившаяся часть стада), *молодняк* (молодые олени 1 года жизни), *телёнок, первородка* (впервые отелившаяся самка), *тель* (отелившаяся самка), *нетель* (ни разу не телившаяся самка), *чумработница* (работница в табуне), *вышку́ривать (обрабатывать шкуру), гонкова́ть (с*остязаться в быстроте движения на оленях), *окарау́ливать* (сторожить стада оленей), *пасту́шить* (пасти стадо) и др.

А вапще́, как у нас старики говорят, мы ходим за аленями, мы йэво не гоним и не эта, мы ходим за аленем. То́ йэсьть олень сам апридиляйэт пирихот. Када речьку нада перейти, дастатачна падагнать аленей к реке, а там ужэ важак сам апиридилит. Но часта бывайэт, што важэнка видущайа. Важэнка можэт увисьти, зьделать аткол и увисьти часьть табуна, йэсли проглидели. Йэсьть такийэ важэнки, каторыйэ бирут верх. От оснавнова стада можэт откалоца нескалька оленей. И в оснавном эта моладьняк, болийэ которыйэ моладыйэ, чем важэнка. Анв. *Тели некотарыйэ оставляли свойих тиля́т, побигут за старшым тилёнкам, старшэва кормят. Эсс. Нетели – эта прошлогоднийэ, неполовозрелыйэ, двухле́тки, молодыйэ самки. Нетиль – это не телица которайа, бесплоднайа, йаловайа.* Анв. *Йа работала чумработницай, муш звенйэвым. В мойэй работе нужна была зафтрак сварить, обет, вечирам ужын, кроме гатофки пищи, камусы зашыть, адежду пастухам и алениводам.* Анв. *Йэсть гоначныйэ нарты, когда гонкуйут на оленях, ну соревнуйуца на оленях.* Анв. *Дети памагали, канешна, акарауливайут стада, пака радители пашли на обет. Олиней нада акарауливать фсё время: и днём, и ночью.* Эсс. *Вйучныйэ сумки складывались ровно, ф сидло фтыкайут этово челавечка (амулет), он как бы охраняйэт, пастушыт.* Анв.

В терминологии оленеводов используются как однословные наименования различных частей речи общерусского и диалектного происхождения, так и терминологические сочетания (*ездовой олень* (для езды верхом), *нартовый олень* (запрягался в нарты), *вьючный олень* (для перевозки грузов) и др.) для дифференцирования понятий.

Встречаются устойчивые сочетания фразеологического характера, например, «*ходить за оленем*». *А вапще, как у нас старики́ говорят, мы ходим за аленями, мы йэво не гоним и не эта, мы хо́дим за аленем. То́ йэсьть олень сам апридиляйэт пирихот. Када речьку нада перейти́ дастатачна падагнать аленей к реке, а там ужэ важак сам апиридилит.* Анв.

Часто русские наименования используются в качестве межподсистемных синонимов-дублетов для эвенских лексем. *Тимыплян – это весь белый, глаза только чорныйэ, очкарик называйэца.* Анв. И это явление тоже относим к проявлениям двуязычия. Русская языковая среда способствует использованию образных метафорических наименований. Метафорическое русское название «очкарик» функционирует наряду с эвенским *тимыплян,* в отдельных случаях, чаще в персональной речи, замещая эвенское для придания высказыванию большей образности.

Ко второй группе относим наименования эвенского происхождения, для которых в русском языке нет точных эквивалентов. Например, термин *итэн* «домашний олень-самец 2-3 лет, самец-производитель» не имеет прямого соответствия в русском языке, где для обозначения используется описательная конструкция «домашний олень мужского пола второго-третьего года жизни». Эвенское слово короче, фонетически удобнее в условиях рабочей коммуникации и семантически точнее – оно включает указание не только на

возраст, пол, но и на производственный статус животного. Обычно в таких случаях информанты отмечают, что «*по-русски долго говорить, по-эвенски просто и понятно*».

Данная группа характеризуется большой детализацией наименований. Речь идёт о детализированной классификации оленей по возрасту, полу, окрасу, хозяйственному назначению, о способах выпаса, типах миграций, особенностях поведения стада и др.

Выделим наиболее насыщенные в лексическом плане тематические группы.

1. Наименования, называющие экстерьерные различия оленей (окрас, рисунок, пятна, отметины).

Эвенский язык фиксирует тончайшие различия в оттенках окраса шкуры оленя, а также неравномерность окраса, наличие рисунка, характер распределения пятен, оттенок подшёрстка, сезонную изменчивость окраса и других различий в экстерьере животных. Все эти наименования являются лакунами в русском языке.

Лексему *ирэнэн* эвены употребляют в значении «Олень жёлтого окраса». *Ирэнэн –эта жолтой масти алень.* Анв.

Лексема *калилан* в языке русскоговорящих эвенов употребляется со значением «Олень пёстрого окраса». *Дамашнийи алени йэсть белыйэ и пёстрыйэ; пёстрый алень – эта калилан.* Анв.

Лексема *каравэн* в языке русскоговорящих эвенов имеет значение «Олень серого окраса». *Ещё каравэн – это серый, пепельный цвет, эта почти белый, но не белый, пепельный цвет.* Анв.

Лексема *лукый* в языке русскоговорящих эвенов имеет значение «Олень чёрного окраса». *Лукый – эта чорный алень.* Анв. А вот значение лексемы *кэвэпу* имеет нюанс «Олень чёрного окраса с губой белого цвета». *Кэвэпу – это весь чорный, только нижняйа губа белайа.* Анв.

Отмечаются разновидности черно-белого окраса и с другими нюансами. *Оучалан – эта полностью беломордый, оба глаза прихватывайэт с основанийа морды, а сам чорный, две передних ноги до колен белыйэ, можэт одна нога быть до колен белайа. Потом ошэтулянь – это чорный и обе переднийэ ноги до груди белыйэ. Темныклян – это фсе читыре ноги белыйэ или две белыйэ ноги на чорном, на сером. Дюнгар – э́та которыйэ беломордый, ускайа полоса с основанийа морды до носа идёт, можэт нога любайа быть белайа. Урэплян – это весь чорный или серый, а жывот весь бе́ый. Тимыплян – это весь белый, глаза только чорныйэ, очкарик называйэца.* Анв.

Лексема *мунны* в речи эвенов имеет значение «Олень чёрно-коричневого окраса». *Мунны – эта коричневый, ну там и коричневый, и чернота.* Анв.

Лексема *нёбэт* функционирует в значении «Олень белого окраса». *Нёбэт – это чисто белый олень.* Анв.

Лексема *удепу* имеет значением «Олень с разноцветным окрасом». *Удэпу – он и не пёстрый, задняйа часть ад живота и черес крестец идёт белайа полоса, а остальнойэ фсё или серойэ, или чорнойэ бывайэт.* Анв.

Лексема *ункапу* употребляется в значении «Оригинальный окрас в виде серо-чёрных колец на ногах оленя». *Ункапу – это на ногах такийэ кольца, как персни, а там масть можэт и серайа, и чорнайа быть.* Анв.

Лексему *кярыжа* двуязычные эвены употребляют в речи в значении «Красный окрас шерсти вокруг глаз оленя». *Кярыжа – это такийэ кровавыйэ глаза, по крайу идёт краснойэ, типа как у вампироф, в основном кярыжа у белых или пёстрых.* Анв.

В языке эвенов детализируются названия шкуры оленя в зависимости от сезона: *нелкиш, дунш, баланит, низвыш. У алиней-та шкура каждый сизон миняйэца, ани линяйут, вот висной шкуру новуйу называли нелкиш, летняйа шкура – эта был дунш, осинью – баланит, а зимой – низвыш, ну эта ужэ точна имина пастухи знайут.* Эсс.

Информанты старшего поколения в п. Анавгай демонстрировали удивительную точность терминологии: показывая на оленей в стаде, они давали эвенское обозначение масти и объясняли, почему данное животное нельзя назвать близким по цвету термином. *Это не учалан (полностью беломордый олень), это дюнгар (олень с белой полосой на голове), видишь, полоса идёт?* Анв.

2. Наименования, называющие оленя по возрасту, полу и назначению.

Лексема *мулкачан* в языке русскоговорящих эвенов имеет значение «Олень, которому 1 год». *Мулкачан – эта алень, каторый сафсем прашлагодний тилёнак.* Эсс.

Лексема *орьякан* в речи эвенов функционирует в значении «Детёныш оленя». *Орьякан – детёныш, оленёнак.* Анв.

Слово *уркачан* имеет значение «Олень-кастрат». *Потом есть кострати́ки, которых костриру́йут, по-эвенски уркачан. Костраты – эта уркачан.* Анв.

Лексема *бэбэрук* функционирует со значением «Олень, который возит люльку с ребенком». *Самый маленький, када раждался ф симьйэ новый чилавек, как тока атец узнайот шо у ниво скоро радица сын или дочка, он начинал абучать аленя. И йэтава аленя называли бэбэрук, патаму шта он вазил бэбэ (люльку), где спал фсегда ребёнак.* Анв.

Учик – олень, предназначенный для перевозки повзрослевшего ребенка в специализированном седле. *То йэсьть када рибёнка садили на сидло́, зади дащечьки сюда шли и привязывались фпереди. То́ йэсьть штобы рибёнак не упал. Учик этат алень назывался, учик. То йэсьть ужэ по возрасту рибёнка.* Анв.

3. Названия частей оленя.

Олень в хозяйственной деятельности кочевников использовался полностью. В языке эвенов существуют наименования различных частей тела оленя. Из-за отсутствия аналогичных лексем в русском языке данные наименования активно заимствуются из эвенского языка и используются в речи оленеводов. Приведем некоторые примеры:

Лексема *илты* употребляется в значении «Кишки оленя». *Аленьи кишки мы завём илты, эта па-ивэнски так.* Эсс.

Лексема *корэт* имеет значение «Уши оленя». *Уши аленя – эта па-ивэнски корэт.* Эсс.

Лексема *коштэ* имеет значение «Почки оленя». *Почки аленьи мы завём коштэ.* Эсс.

Лексема *нимэт* имеет значение «Рог оленя». *Нимэт – эта рок алений.* Эсс.

Лексема *уюфтэ* имеет значение «Лёгкие оленя». *Кагда аленя разделывали, то лёхкийэ даставали, па-ивэнски уютэ.* Эсс.

Лексема *чомгалэ* имеет значение «Ноздря оленя, в которой находится хрящ». *Вот у аленя, где морда, где нос, есть такой хря́щ, мы завём йэво чомгалэ.* Эсс.

Лексема *э́асэл* в языке русскоговорящих эвенов имеет значение «Глаза оленя». *У алиней эасэл, ну глаза́ абычна тёмнава цвета. Эасэл – так глаза́ але́ньи завýца.* Эсс.

4. Названия стоянок, мест выпаса оленей.

Лексема *девашак* имеет значение «Место, где ловят оленей». *Ани акарауливайут аленей на дивашаке, эта места, где ловят аленей.* Эсс.

Лексема *дюкча* имеет значение «Старая стоянка оленей». Лексему *уричда* эвены используют в речи в значении «Будущая стоянка оленей». *Дюкча – места стойанки, мы укочуйэм. Дюкча – место старой стойанки, а уричда – будущайа стойанка.* Анв.

Лексема *трамак* в речи эвенов употребляется в значении «Место отдыха оленей». *Трамак – где алени любят лижать, аддыхать.* Эсс.

Лексема *осанчи* имеет значение «Тропа, проложенная в кустистой лесной местности для прохода оленьего стада». *Йэсли бальшой перевал и кусьтистый, то алениводы сначала делайут трапу, па-эвенски называйуца осанчи: вырубайэт, но эта чиста для тово штобы кто кочуйут, на аленях пракачивал.* Анв.

Лексема к*ораль* имеет значение «Загон для забоя оленей». *Кораль – это огоражывайут и туда загоняйут и убивайут.* Млк.

Употребление выделенных лексем в речи оленеводов позволяет заполнять лакуны в русской речи. Подробная детализация названий имеет практическую значимость: помогает выбрать подходящее животное для конкретных целей, повышая эффективность хозяйственного процесса. Здесь мы видим налицо не просто явление лексической лакунарности в языковых системах, а концептуальное различие: эвенская система классификации оленей учитывает параметры, которые русская терминология не кодирует отдельными лексемами.

Однако нельзя не отметить, что сегодня наблюдается заметное упрощение традиционной терминологической системы, особенно у молодого поколения оленеводов. Многие термины забываются, замещаются семантически более объемными русскими лексическими единицами. Так, например, лексема *отёл.*

Семантический объем слова «*отёл*» в русском покрывает весь процесс массового появления телят в стаде. В эвенском же различались первая фаза отёла, когда телятся молодые важенки, массовый отёл основного поголовья и завершающая фаза, запоздалые отёлы, о чем вспоминают старожилы. Эти термины маркировали не просто последовательность процесса во времени, но и различия в тактике выпаса. Сегодня они забылись и не используются в речи, употребляется слово «отёл» для всех трёх фаз. *По-русски не скажешь точно – всё отёл да отёл, а у нас было три разных слова, уже забыли.* Эсс.

Третий компонент оленеводческой терминосистемы – гибридные образования, возникшие на стыке двух языковых систем.

В речи оленеводов можно услышать эвенские слова, которые «подстроились» под русскую грамматическую систему.

Например, «*окарауливать на девашаке». Ани акарауливайут оленей на дивашаке, эта места, где ловят аленей.* Эсс. Слово *дивашак* в данном контексте употребляется в грамматической форме русского существительного мужского рода, единственного числа, предложного падежа.

Другой пример – «*пасти на урикчэнах*», где русский глагол комбинируется с эвенским существительным *урикчэн* (сопка, возвышенность), используется русский аффикс. Выбор эвенского слова объясняется необходимость более точной передачи смысла высказывания. Русское «пасти на сопке» воспринимается как неудачное, поскольку «сопка» – термин географический, а не оленеводческий. *Урикчен* – это не только сопка, а еще тип пастбища – открытое возвышенное место с хорошим обзором и ветром, сдувающим комаров.

Выводы

Проведённый анализ показывает, что билингвальный профессиональный дискурс русскоговорящих эвенов Камчатки характеризуется высокой степенью языкового смешения, включает заимствования, кодовые переключения, гибридные формы.

Профессиональная терминология оленеводства в речи камчатских эвенов представляет собой результат длительного русско-эвенского языкового контакта. В этой системе русские лексемы сосуществуют с трансформированными эвенскими заимствованиями и гибридными образованиями, образуя функционально распределённое терминологическое поле.

Эвенский язык как в бытовой, так и в профессиональной сфере находится под давлением доминирующего русского языка.

Наблюдается упрощение традиционной терминологической системы, особенно заметная у молодого поколения оленеводов. Тем не менее, эвенская лексика сохраняет важное значение для передачи специализированных знаний и поддержания этнокультурной идентичности.

Формирование профессионального лексикона у двуязычных оленеводов происходило под действием нескольких механизмов: прямого заимствования, кодового переключения, семантического расширения, создания гибридных номинаций. Выбор языкового кода в профессиональной коммуникации определяется комплексом факторов: тематикой общения, коммуникативной ситуацией, возрастом и языковой компетенцией говорящих, статусом собеседников.

Анализ речевого поведения камчатских оленеводов выявляет интересную закономерность: в процессе профессионального общения происходит постоянное переключение кодов между русским и эвенским языками. При этом эвенская терминология используется для обозначения специфических понятий, не имеющих точных русских соответствий, а русский язык доминирует в сферах, связанных с современными реалиями, административным управлением и взаимодействием с внешним миром.

Отмечается семантическая асимметрия между эвенскими и русскими обозначениями. То, что в эвенском языке кодируется одной лексемой, в русском требует развёрнутого описания, и наоборот. Это создаёт определённые сложности при общении в силу различий способов концептуализации окружающего мира, вследствие чего билингвы вынуждены искать компромиссные варианты номинации, подстраиваясь под конкретную ситуацию общения.

Изучение билингвальных терминосистем в традиционных отраслях хозяйства коренных народов Севера имеет как теоретическую, так и прикладную значимость. Теоретически это материал для понимания механизмов языкового контакта, лексической интерференции и семантических трансформаций в условиях неравного билингвизма. Прикладное значение связано с задачами языковой политики, образовательных программ и документирования традиционных знаний.

Список источников

1. Банаканова Л.Е. Культурное наследие быстринских эвенов Камчатки: история и современность // Крашенинниковские чтения. XXXVII. 2022. С. 9 – 16.
2. Глущенко О.А. Этноязыковая ситуация на Камчатке: генезис, современное состояние, особенности камчатского наречия // Вестник КРАУНЦ. Гуманитарные науки. 2004. № 1. С. 39 – 44.
3. Григоренко Н.А. Об этноязыковой ситуации в Быстринском районе Камчатского края // Казанская наука. 2012. № 11. С. 198 – 200.
4. Данилова А.А. Бытовая лексика эвенского языка. Якутск: ЯНЦ СО РАН, 1991. 116 с.
5. Кириллова А.И. Быстринские эвены: история изучения и выделения группы / Вестник археологии, антропологии и этнографии. 2012. № 1 (16). С. 113 – 120.

6. Кривоногов В.П. Быстринские эвены Камчатки: современные этнические процессы // Россия и АТР. 2024. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bystrinskie-eveny-kamchatki-sovremennye-etnicheskie-protsessy (дата обращения: 18.04.2026).

7. Кузьмина Р.П. Особенности эвенско-якутской интерференции в речи билингвов // Арктика XXI век. 2020. № 1 (21). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-evensko-yakutskoy-interferentsii-v-rechi-bilingvov (дата обращения: 18.04.2026).

8. Кузьмина Р.П. Образные признаки концепта «олень» в языковой картине мира эвенов // Современные исследования социальных проблем. 2020. Т. 12. № 4. С. 128 – 137.

9. Петров А.А. Оленеводческая лексика эвенского и долганского языков: опыт сравнительного анализа // СВГВ. 2020. № 3 (32). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/olenevodcheskaya-leksika-evenskogo-i-dolganskogo-yazykov-opyt-sravnitelnogo-analiza (дата обращения: 19.04.2026).

10. Попова М.Д. Лексика животного мира в эвенском языке // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. № 7 (73). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/leksika-zhivotnogo-mira-v-evenskom-yazyke (дата обращения: 18.04.2026).

11. Тарабукина У.П. О словарях эвенского языка. // Кочевое образование: актуальные вопросы, достижения и перспективы развития. 2025. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-slovaryah-evenskogo-yazyka (дата обращения: 18.04.2026).

12. Файзрахманова Ю.С. Общий анализ этноязыковой ситуации в Камчатском крае в контексте языкового законодательства и статистических данных // Полилингвиальность и транскультурные практики. 2024. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obschiy-analiz-etnoyazykovoy-situatsii-v-kamchatskom-krae-v-kontekste-yazykovogo-zakonodatelstva-i-statisticheskih-dannyh (дата обращения: 18.04.2026).

13. Фаузер В.В. Коренные малочисленные народы Российского Севера в зеркале переписей населения // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2024. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/korennye-malochislennye-narody-rossiyskogo-severa-v-zerkale-perepisey-naseleniya (дата обращения: 18.04.2026).

14. Шарина С.И. Лингвистические факты этнокультурных связей эвенов // Арктика XXI век. 2014. № 1 (2). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-fakty-etnokulturnyh-svyazey-evenov (дата обращения: 18.04.2026).

15. Шарина С.И., Филиппова В.В. Языковая ситуация и этнокультурные процессы у эвенов // Труды института истории, археологии и этнографии ДВО РАН. 2025. № 50. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-situatsiya-i-etnokulturnye-protsessy-u-evenov (дата обращения: 18.04.2026).

References

1. Banakanova L.E. Cultural Heritage of the Bystrinsky Evens of Kamchatka: History and Modernity. Krasheninnikov Readings. XXXVII. 2022. P. 9 – 16.

2. Glushchenko O.A. Ethnolinguistic Situation in Kamchatka: Genesis, Current State, and Features of the Kamchatka Dialect. Bulletin of the KRAUNC. Humanitarian Sciences. 2004. No. 1. P. 39 – 44.

3. Grigorenko N.A. On the Ethnolinguistic Situation in the Bystrinsky District of Kamchatka Krai. Kazan Science. 2012. No. 11. P. 198 – 200.

4. Danilova A.A. Everyday Vocabulary of the Even Language. Yakutsk: Yakutsk Scientific Center of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, 1991. 116 p.

5. Kirillova A.I. Bystrinsky Evens: History of Study and Identification of the Group. Bulletin of Archaeology, Anthropology and Ethnography. 2012. No. 1 (16). P. 113 – 120.

6. Krivonogov V.P. Bystrinsky Evens of Kamchatka: Modern Ethnic Processes. Russia and the Asia-Pacific Region. 2024. No. 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bystrinskie-eveny-kamchatki-sovremennye-etnicheskie-protsessy (accessed: 18.04.2026).

7. Kuzmina R.P. Features of Even-Yakut Interference in the Speech of Bilinguals. Arctic XXI Century. 2020. No. 1 (21). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-evensko-yakutskoy-interferentsii-v-rechi-bilingvov (accessed: 18.04.2026).

8. Kuzmina R.P. Figurative features of the concept “deer” in the linguistic picture of the world of the Evens. Modern studies of social problems. 2020. Vol. 12. No. 4. P. 128 – 137.

9. Petrov A.A. Reindeer herding vocabulary of the Even and Dolgan languages: experience of comparative analysis. SVGV. 2020. No. 3 (32). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/olenevodcheskaya-leksika-evenskogo-i-dolganskogo-yazykov-opyt-sravnitelnogo-analiza (accessed: 19.04.2026).

10. Popova M.D. Vocabulary of the animal world in the Even language. International research journal. 2018. No. 7 (73). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/leksika-zhivotnogo-mira-v-evenskom-yazyke (accessed: 18.04.2026).

11. Tarabukina U.P. On the dictionaries of the Even language. Nomadic education: current issues, achievements and development prospects. 2025. No. 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-slovaryah-evenskogo-yazyka (accessed: 18.04.2026).

12. Fayzrakhmanova Yu.S. General analysis of the ethnolinguistic situation in Kamchatka Krai in the context of language legislation and statistical data. Polylingualism and transcultural practices. 2024. No. 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obschiy-analiz-etnoyazykovoy-situatsii-v-kamchatskom-krae-v-kontekste-yazykovogo-zakonodatelstva-i-statisticheskih-dannyh (accessed: 18.04.2026).

13. Fauzer V.V. Indigenous Peoples of the Russian North in the Mirror of Population Censuses. Corporate Governance and Innovative Development of the Economy of the North: Bulletin of the Research Center for Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University. 2024. No. 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/korennye-malochislennye-narody-rossiyskogo-severa-v-zerkale-perepisey-naseleniya (accessed: 18.04.2026).

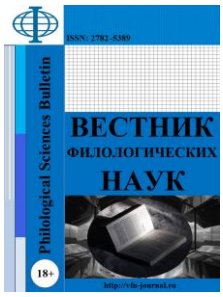
14. Sharina S.I. Linguistic facts of ethnocultural ties of the Evens. Arctic XXI century. 2014. No. 1 (2). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-fakty-etnokulturnyh-svyazey-evenov (accessed: 18.04.2026).

15. Sharina S.I., Filippova V.V. Language situation and ethnocultural processes among the Evens. Works of the Institute of History, Archaeology and Ethnography of the Far Eastern Branch of the Russian Academy of Sciences. 2025. No. 50. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-situatsiya-i-etnokulturnye-protsessy-u-evenov (accessed: 18.04.2026).

Информация об авторах

Григоренко Н.А., *кандидат филологических наук, Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет им. С.М. Кирова, Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга, kamgulib@mail.ru*

© Григоренко Н.А., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки)
УДК 821.161.1
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-156-168

[1] Донцова О.В.

[1] Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Философия консьюмеризма и культура потребления как элемент идеологии романа В. Набокова «Лолита»

Аннотация: *статья посвящена изучению проблемы консьюмеризма как одного из основополагающих факторов формирования сюжета романа В. Набокова «Лолита». Автором исследуется художественная картина мира В. Набокова в контексте понятия культа потребления, а также оцениваются принципы взаимодействия социума и индивидуума в рамках конкретизации эстетико-моральных ценностей личности на фоне экономического и культурного воздействия со стороны социума в указанном романе. Пропагандистская функция рекламы анализируется в качестве инструмента, способствующего проявлению художественного приема психологизма в рамках создания образов персонажей романа. Культ потребления и потребительство как сознательная либо бессознательная форма бытия определяются как конфликтообразующие компоненты романа. Идеология персонажей романа показана на фоне манипулятивной стимуляции потребления со стороны рекламного поля, в результате чего сами герои становятся продуктом потребления. Манипулятивность рекламных стратегий оказывает разлагающее воздействие на становление и развитие личности героев романа. В работе изучается представленная в романе экономическая и культурная среда социума, которая является платформой формирования морально-этических взглядов представителей общества, что в частных случаях приводит к приоритетизации эстетики потребления, доминирующей над общечеловеческими ценностями, что всесторонне продемонстрировано В. Набоковым на примере психологических портретов главных героев романа «Лолита».*

Ключевые слова: *«Лолита» В. Набокова, пропагандистская функция рекламы, культ потребления, философия материализма, социальная сатира, философия потребления, идеология персонажа, трансформация личности*

Для цитирования: Донцова О.В. Философия консьюмеризма и культура потребления как элемент идеологии романа В. Набокова «Лолита» // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 156 – 168. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-156-168

Поступила в редакцию: 16 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 29 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Dontsova O.V.

[1] Saint-Petersburg University of Management Technologies and Economics

The philosophy of consumerism and consumer culture as an ideology unit of V. Nabokov's novel “Lolita”

Abstract: *the article is devoted to the problem of consumerism as one of the fundamental factors in the formation of the plot of V. Nabokov's novel Lolita. The author examines the artistic worldview of V. Nabokov in the context of the cult of consumption context and also researches the principles of interaction between society and the*

individual within the framework of the specification of aesthetic and moral values of personality against the background of economic and cultural impact from society in this novel. The propaganda function of advertising is analyzed as a tool that contributes to the manifestation of the artistic method of psychologism targeting creation of the novel characters` images. The cult of consumption and consumerism as a conscious or unconscious form of being are defined as conflict-forming components of the novel. The ideology of the novel characters is shown against the scenes of manipulative stimulation of consumption within the advertising field resulting in the way the characters themselves become a consumer product. The manipulativeness of advertising strategies has a corrupting effect over the formation and development of the novel characters` personalities. The paper examines the economic and cultural environment of society presented in the novel as a platform for the formation of moral and ethical views of the society representatives, which in some cases leads to the prioritization of consumer aesthetics, dominating universal values, which is comprehensively demonstrated by V. Nabokov on the example of psychological portraits of the main characters in "Lolita".

Keywords: *"Lolita" by V. Nabokov, propaganda function of advertising, consumption cult, philosophy of materialism, social satire, philosophy of consumption, a character ideology, personality transformation*

For citation: Dontsova O.V. Philosophy of consumerism and consumption culture as an ideology unit in V. Nabokov`s novel “Lolita”. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 156 – 168. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-156-168

The article was submitted: April 16, 2026; Approved after reviewing: April 29, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Цель исследования – определить специфику философии потребления американского общества, оказывающую влияние на формирование и развитие личности, на примере образов героев романа В. Набокова «Лолита». В статье презентована проблема реализации культурно-экономической стратегии социума в отношении воздействия на сознание индивидуума на примере конфликта главных героев романа В. Набокова «Лолита». Научная новизна исследования обусловлена возрастающим интересом литературоведов к роли рекламы и политики потребления в романах В. Набокова; данное исследование представляет культ потребления как константную единицу организации сюжета и как объект социальной сатиры в романе В. Набокова «Лолита» и явление консьюмеризма в качестве идейной платформы для ряда авторских приемов, направленных на отображение развития внутреннего конфликта пары Гумберт-Лолита. В ходе исследования была рассмотрена малоизученная проблема взаимосвязи экономического развития общества и навязываемой философии материализма отдельному представителю социума, что приводит к трансформации личности, на примере героев романа «Лолита».

Актуальность данного исследования обусловлена значительностью вопроса философии потребления, характерной для американского социума XX века, описанной на примере конфликта главных героев романа В. Набокова «Лолита», остротой проблемы формирования и трансформации личности под воздействием пропаганды культа материального, а также необходимостью комплексного и детального изучения способов влияния культуры материализма на персонажей романа «Лолита». Проблема эстетики материализма, доминирующей над развитием духовного и ценностного поля индивидуума в романе «Лолита», значительна также в силу возрастающего интереса литературоведения к особенностям социального тандема «человек-общество» в контексте экономического развития социума и к реализации внутренних конфликтов его представителей. На материале анализа романа В. Набокова «Лолита» определяется взаимосвязь конфликта между членами американского общества во взаимоотношениях между собой и собственно социумом потребления. Повышенный интерес общества к феномену потребительства в целом и к его роли в формировании социальности индивидуума находит свое отражение в идеологической составляющей романа В. Набокова. В рамках исследования перспективно изучение влияния научно-технического прогресса и медийных средств на формирование понятия культуры социума, а также развитие отдельной личности в процессе взаимоотношений с обществом, ориентированным на потребление как ключевую философию существования.

Для достижения вышеуказанной цели исследования были поставлены следующие задачи:

- определить особенности эстетики потребления, к которой обращается В. Набоков в контексте изучения внутреннего мира человека на фоне взаимоотношений персонажа с требованиями и реалиями социума, ориентированного на приоретизацию материальных благ;

-обозначить роль бытовой детали, создающей материальный мир в романе «Лолита», в рамках которого формируется идеология потребления;

-выявить социальные причины, оказывающие влияние на морально-нравственный выбор человека в условиях существования в рамках культуры потребления;

- вычленить способы социального воздействия пропаганды материализма в качестве факторов, формирующих идеологию и мировоззрение персонажа, нацеленные на реализацию философии потребления в романе В. Набокова «Лолита».

Материалы и методы исследований

Материалом для исследования стали роман В. Набокова «Лолита», а также сборники интервью, рецензий и писем к редакторам В. Набокова «Strong opinions» и «Набоков о Набокове и прочем: Интервью, рецензии, эссе».

Теоретическую базу исследования составили работы отечественных и зарубежных литературоведов, посвященные рассмотрению отдельных аспектов творчества В. Набокова: Осьмухиной О.Ю., Погребной Я.В., Беляевой И.С., Стрельниковой Л.Ю., Пайфер Э, Ганина В.Н., Амановой З.С., Дроздовой А.О., в том числе труды Си Нан, Беловой Т.Н., Карповой О.Н., Каракуц-Бородиной Л.А., отражающие проблемы создания образа Америки, роли рекламы и философии консьюмеризма в романе В. Набокова «Лолита». Кроме того, в ходе работы над данным исследованием были задействованы труды в области философии, культурологии и социологии авторства Жана Бодрийяра, а также Теодора Адорно и Макса Хоркхаймера.

Методология исследования основана на комплексном подходе с целью

изучения вопроса влияния социально-культурных факторов на становление и развитие личности в контексте романа «Лолита». В работе был применен нарративный метод, позволяющий проанализировать развитие отношений персонажей романа в социальном ракурсе и установить обусловленность трансформации персонажей романа культурными и социальными рамками, процессами и явлениями. В рамках культурологического подхода был проведен анализ отдельных сюжетных линий, символов и образов романа в контексте культуры и истории американского общества 50-х годов XX века. Метод целостного анализа художественного текста был направлен на изучение проблематики романа В. Набокова в рамках выявления особенностей и способов социального воздействия на формирование климата внутри микросоциума Гумберт-Лолита, а также психологических особенностей главных персонажей романа.

Практическая значимость работы представляется в определенном вкладе в изучение образа Америки в контексте пропаганды потребительства и внедрения философии потребления в жизнь рядового члена социума на примере романа В. Набокова «Лолита». Материал исследования представляет интерес для формирования лекционных курсов, коллоквиумов, практических и семинарских занятий по литературе русского зарубежья XX века, спецкурсов, посвященных творчеству В. Набокова, а также культурологических курсов, направленных на изучение культуры русского зарубежья и русской эмиграции, и спецкурсов, предназначенных для исследования проблемы пропаганды материализма и насаждения культа потребления на стыке литературоведения и иных наук, в частности, истории моды и политической экономики. Данное исследование целесообразно использовать в качестве материала для разработки лекционных курсов, учебных и методологических пособий, направленных на изучение творчества В.В. Набокова, а также истории литературы XX века.

Результаты и обсуждения

Роман «Лолита» несомненно является знаковым произведением в творческом наследии В.В. Набокова, будучи уникальным уже прежде всего самой историей создания, написанный на английском языке и по сути заново воссозданный на русском. Согласно С.Ю. Стрельниковой, именно с момента создания англоязычной «Лолиты» «английский Набокова стал поистине блестящим, а сам писатель приобрел репутацию лучшего стилиста в англоязычной литературе» [19, с. 226]. Авторский перевод романа аутентичен детальной адаптацией произведения для русскоязычного реципиента, априори далекого от американской реальности конца 40х-начала 50х годов. По замечанию В. Н. Ганина и П. А. Киселева, «…в силу некоторых языковых особенностей, Набокову пришлось пожертвовать деталями оригинала, но он восполнил их в других фрагментах перевода» [6, с. 107]. Благодаря четкому ощущению национальной идентичности и виртуозному владению языками В. Набоков сумел своей переводной версией романа предложить читателю подлинное погружение в культуру и эстетику Америки, подробнейшим образом отобразив те идеологические каноны, что характеризовали американское общество того времени. Согласно Л.А. Каракуц-Бородиной, определяющей роль В. Набокова как культрегера, писатель «выступал культурным посредником между русскоязычной и англоязычной аудиториями» [9, с. 43]. В «Лолите» В. Набокову удалось максимально точно передать эстетику и национальную идентичность американской культуры, представляя ее адаптиро-

ванную версию вниманию русскоязычного реципиента. По мнению Си Нан, роман является «не просто произведением, отражающим достаточно серьезные проблемы эротической тематики, а воплощением американской культуры 1950-х гг, переданной от лица представителя европейской элиты, имеющего предельно четкое и глубокое понимание американского общества и его культуры» (здесь и далее перевод автора статьи – О.Д. [23, с. 180]. При исследовании вопроса о роли философии потребления в «Лолите» прежде всего необходимо учитывать стремление писателя отразить социальную сторону жизни представителей американского общества и личную драму конкретного индивидуума, разворачивающуюся на фоне пропагандируемой безграничности возможностей сферы товаров и услуг, а также картину мнимого благополучия и благообразности членов американского общества.

Обращаясь к особенностям стилевой манеры писателя, обуславливающей подачу материала в характерном для В. Набокова иронично-пародийном ключе, необходимо сделать акцент прежде всего на том, что, хотя формально «Лолита» и насыщена элементами социальной сатиры, необходимо учитывать, что сам писатель не декларировал сатиру как определяющую доминанту своего творчества и мировоззрения. По замечанию Л.Ю. Стрельниковой, В. Набоков «противопоставляет себя и свое творчество всему миру, опираясь на свойство игры быть свободной и возвышаться над самой жизнью» [18, с. 21]. Писатель создает идейный корпус «Лолиты» в традиционной для себя форме литературной игры, обращаясь к приемам иронии, сарказма и пародии. По замечанию Н.Р. Калниня, для В. Набокова разоблачение Америки в сатирической форме не являлось целью, важным аспектом для писателя было именно «разоблачение… (в данном случае американского) варианта общечеловеческой пошлости», которая в эстетике В. Набокова – категория неприемлемая [8, с. 64]. В. Набоков, чей слог сатиричен по природе своей, отвергал дидактику и нравоучение – «Сатира – поучение. Пародия – игра» [14, с. 191]. Признанный мастер текста игровой природы, Набоков являлся поборником эстетизма, а идейное содержание его произведений направлено на отрицание посредственности как проявления категории пошлости. Согласно утверждению Н.Р. Калниня, «…Набоков ненавидит посредственность и готовность довольствоваться дешевыми подделками, т.е. всем тем, что наводнило американскую культуру, искусство и образование» [8, с. 64]. Не умаляя многочисленные достоинства Америки, В. Набоков последовательно разоблачает самые неприглядные стороны культуры потребления, которые особенно ярко проявляются в сферах, изначально ориентированных на утверждение и поддержание духовности интеллектуально и эмоционально зрелой личности. Для писателя объективным мерилом художественности и эстетической наполненности произведения была прежде всего непредвзятость суждений и гибкость подхода к передаче поэтики и гармонии текста на другой язык.

По словам О. Ю. Осьмухиной, В. Набоков сумел создать «… специфическую поэтику, основополагающими чертами которой являются тотальная рефлективность, пародийность…» [15, с. 73]. Именно пародийно-ироничная манера изложения событий социальной остроты формирует тот особый авторский подход писателя, не слишком погруженного в вопросы идейности в широком смысле слова, но искренне ратующего за эстетизм и аутентичность художественного мира, писателя-интеллектуала, выводящего в творчестве на первый план и ставящий «превыше всего…игру воображения, ума, фантазии» [1, с. 441]. Данная задача решается писателем с помощью пародийно-игровых приемов. В представленном исследовании термин «социальная сатира» фигурирует в качестве формальном, а не декларируемом самим писателем.

В. Набоков реконструирует действительность на грани жестокой реальности и абсолютной фантасмагории, критикуя заурядность без морализаторства. В «Лолите» В. Набоков обращается к волнующей его тематике судьбы и трагедии интеллектуала в контексте исследования оппозиций свободы и одиночества, страсти и безнадежности, личности и авторитарности социума. С одной стороны, В. Набоков, виртуоз бытовой детали, не мог обделить вниманием культуру того периода, когда социум Америки 40-50-х гг был плотно закольцован на потребительском феномене в силу определенных социально-экономических обстоятельств. С другой стороны, отображение культа потребления предоставляло писателю богатую почву для реализации сатирического элемента, заостряющего конфликт романа, раскрывающего трагедию конкретного индивидуума.

По мнению О.Н. Карповой, «Лолита» являет собой «собирательный образ материализма Америки 50-х», который воплощается в масштабном потребительстве граждан, и писатель мастерски «находит и собирает экземпляры такого потребительства, а затем бережно вплетает их в саму текстуру «Лолиты» [11, с. 1702]. Образ истинной Америки является базой для формирования конфликта Гумберта и Лолиты, являясь неким катализатором внутренних проблем тандема, а также своеобразной декорацией, подмостками, на которых реализуются коллизии романа.

Стремительный экономический рост Америки 1940-50-х годов породил бесконечные возможности для потребителя самого разного уровня дохода и социальной иерархии. В «Лолите» В. Набоков, писатель, су-

ществующий «вне среды, вне страны, вне остального мира» [5, с. 320], отражает мельчайшие детали ежедневной рутины героев романа, тем самым предоставляя возможность объективного восприятия той социальной картины быта, что была характерна для американского общества того периода и которая в большей или меньшей степени формировала сознание представителей этого общества. Культура потребления американцев стала, с одной стороны, ценным ресурсом, позволяющим писателю критически изучить американское сообщество, чьи принципы были не в последнюю очередь сформированы именно насаждаемой политикой философии потребления, с другой – обратиться к подробнейшей разноплановой детализации, способствующей отображению психологического облика персонажей романа.

Урбанизация и обновление стали ключевыми ориентирами развития американской экономики того периода. В. Набоков детально и многосторонне показывает результаты экономического и технологического прогресса Америки 1950-х гг посредством множественных описаний разнообразных устройств, музыкальных аппаратов, автомобилей и иной техники, предметов технического прогресса, деталей американского сервиса и, самое основное, предоставляет читателю возможность ознакомиться с достижениями индустрии сферы развлечений, модной индустрии и текстильно-обувной промышленности посредством акцентирования влияния моды и культуры того времени на образ жизни и мышления Лолиты и, не в меньшей степени, самого Гумберта, придающего огромное значение респектабельности и комфорту бытия сквозь призму использования многочисленных дорогостоящих предметов быта. Значительная часть текста романа посвящена описаниям бытовых реалий самых разнообразных сред бытования. Так, путешествия, остановки в отелях, посещение заправок и придорожных баров, кофейни и кондитерские, магазины одежды, обуви и галантереи составляют тот социальный мир, в котором разворачивается базовая коллизия романа. Необходимо подчеркнуть тот факт, что зачастую описание так называемых примет комфорта, предоставляемого сферой сервиса, – в частности, процесс проживания в гостиницах, описывается Гумбертом «с большой долей иронии, сарказма и подчас сатиры» с точки зрения отражения бытовых неудобств и несостоятельной организации быта в придорожных мотелях [2, с. 22].

Именно в процессе реализации денежно-товарных отношений персонажей романа с внешним миром раскрываются сложные грани взаимодействия Гумберта и Лолиты внутри их мирка, те внутренние связи и конфликты, что скрыты за экспликацией их образов в обществе. Покупка лакомств, игрушек, постеров, журналов и альбомов с изображениями киноактеров, грампластинок, одежды и обуви для Лолиты, аренда жилья, визиты в парикмахерскую, катание на роликовых коньках, посещение автозаправок и ознакомление с достопримечательностями становятся неким плацдармом для создания конфликтных прецедентов внутри тандема Гумберт-Лолита. Отдельные детали «Лолиты» служат символами, приобретающими характер архетипа на страницах романа, одновременно являясь сюжетообразующими компонентами, обеспечивая повороты сюжета и, вследствие этого, трансформацию внутреннего мира персонажа. В целом повторы как сюжетообразующий элемент характерны для стиля В. Набокова, причем повторяющиеся элементы проявляются в различных формах – прямой дупликации фраз и сюжетных линий, проходных персонажа, сквозных местах, несущих определенную смысловую нагрузку в романе.

Так, молочные бары становятся знаковыми местами, каждое посещение которых предшествует значимому событию в жизни главных героев романа. Бары являются символом свободы для Лолиты, там она реализует свое право на социальные контакты, а также получает ощущение той роскошной жизни, сведения о которой предоставила ей реклама. Посредством потребления Лолита преодолевает травматизирующие ее события, и восприятие реальности искажается получаемым удовольствием от приобретения желаемого. Покупка еды в баре является прямой реализацией философии потребления, поскольку каждое посещение бара следует за проявлением благосклонного отношения Лолиты к ее партнеру.

Молочный бар в «Лолите» является одним из ключевых мест реализации культа потребления и той сквозной деталью в тексте, которая способствует раскрытию психологического облика персонажей. Так, Гумберт отмечает сходство взгляда матери Лолиты, вызывающей у него физическое отвращение, со взглядом ее дочери, к которой он испытывает вожделение: «Ее улыбка, бывшая до тех пор столь искусственной, отныне сделалась сиянием совершенного обожания, – сиянием….в котором я с изумлением различал сходство с обаятельным, бессмысленным, потерянным взглядом Лолиты, упивающейся какой-нибудь новой смесью сиропов в молочном баре или безмолвно любующейся моими дорогими, всегда отлично выглаженными вещами» [13, с. 65]. Очевидно противопоставление искусственности госпожи Гейз непосредственности Лолиты как отражение контраста категорий «фальшь-подлинность». В данном примере Гумберт подчеркивает сразу два элемента, определяющие ценностную систему девочки, – модные десерты и качественная одежда. Молочный бар становится точкой психологического отторжения со стороны Гумберта – его настороженность контактами Лолиты с посетителями, раздражение увлеченностью девочки нездоровыми

угощениями присутствуют буквально в каждом комментарии посещения Лолитой молочного бара. «Сидя на высоком табурете, с полосой солнца, пересекающей ее голую коричневую руку, Лолита получила башню разнородного мороженого, политого каким-то синтетическим сиропом» [13, с. 299]. В данном примере видим акцент на искусственности, которую отторгает Гумберт (и не приемлет сам Набоков-художник) в силу того, что в его ценностной картине мира неестественность и фальшь являются приметой прежде всего взрослости, столь ненавистной для него в Лолите.

Молочный бар появляется также в сцене, когда Гумберт пытается подготовить Лолиту к известию о смерти матери, и единственной реакцией на известие со стороны девочки является следующая фраза: «Остановись-ка вот там у молочного бара», сказала Ло» [13, с. 104]. Очевидно, бар выступает символом убежища в психологически сложной для Лолиты ситуации. В сцене, где Гумберт подозревает Лолиту в неверности, бар выполняет роль сообщника Лолиты, стремящейся оправдаться привычным действием, сводящимся вновь к процессу приобретения: "Мы зашли в молочный бар". "И вы заказали там - ?" "Ах, просто по кока-коле". "Смотри, Долли! Мы, знаешь, можем это проверить" [13, с. 346]. Молочный бар в романе имеет несколько ролевых ипостасей. Он является средоточием всех тех опасений, которые Гумберт испытывает в связи осознанием собственной уязвимой позиции в жизни девочки и одновременно представляет собой идеальную среду, демонстрирующую потребительство, культивируемое обществом, культуру, формирующую личность ребенка, прибегающего к приобретательству в любой нужной ему ситуации. Сам Гумберт использует функционал баров ради покупки благосклонности и расположения Лолиты. Рецепция потребителя в интерпретации В. Набокова является основополагающим фактором для отображения потребительства как базового компонента взаимоотношений Гумберта и Лолиты.

В. Набоков прибегает к стратегии выведения бытовой обстановки на первый план, где каждый предмет из окружения человека становится неотъемлемой деталью не только антуража, но и символом душевного состояния персонажа, тем самым принимая непосредственное участие в сюжетообразовании. Согласно мнению Я.В. Погребной, подход В. Набокова к созданию художественного мира начинается « <…> С умения выделять подробности мира и хранить их в памяти, преображая их своим индивидуальным видением» [17]. Художественное творчество писателя направлено на то, чтобы создать «из случайных мелочей и подробностей мира параллельную поэтическую вселенную, в которой незаметные и незначительные предметы, выделенные из контекста обыденных взаимосвязей, становятся символически объемными по смыслу» [17]. Мир вещных предметов призван проиллюстрировать должное психофизическое состояние персонажа, В. Набоков прибегает к конкретным формам и объемам, посредством которых проявляется художественный замысел и создается художественная реальность.

Мир детали в рецепции В. Набокова познается в диалектике, не в собственно констатации факта наличия. Художник проходит «подготовительный этап накопления образов», который полагает «начало работы воображения» [17], тем самым инициирует процесс созидания идейного наполнения произведения, основываясь на детали случайной либо детали-артефакте. Предмет в «Лолите» приобретает психологическую значимость: его наличие "запускает" переживания, интересы, впечатления, озабоченность персонажа, то есть субъективно отражает восприятие героя. С одной стороны, предметы вещного мира являются неотъемлемым компонентом при описании душевного состояния героя, с другой – являются тем фоном, который способствует реализации идейного замысла писателя. Так, яблоко становится своеобразным символом духовного падения и Гумберта, и Лолиты, обнаруживая и свое прямое физическое присутствие (поедающая яблоко Лолита), и метафорическую сущность ("яблочная сладость" девочки), и символизм (яблочный узор на ее платье) [13, с. 84]. Как и молочный бар, яблоко являет собой символ надвигающейся на жизни героев романа опасности. Это бытовая деталь, введение которой способствует реализации мотива потребительства, а также элемент эротизма, раскрывающий психологический облик персонажа.

Конфликтная линия «Лолиты», завязанная в том числе и на феномене потребительства, в своей идейной наполненности отражает мотив свободы человека. Так, по словам Т.Н. Беловой, «…сам роман в духе традиций американской литературы отстаивает неотъемлемое право человека на свободу выбора, за которую герой обычно борется до конца и побеждает» [2, с. 21]. Активно насаждаемая американским обществом политика потребительской философии отражена В. Набоковым с помощью выведения образа человека-жертвы скрытого и открытого маркетинга, человека, лишенного свободы при мнимой безграничности возможностей выбора. Потребитель у В. Набокова сам становится объектом потребления ввиду манипулятивных тактик маркетинговой индустрии, подтверждая теорию Ж. Бодрийяра касательно потребления потребления как результата обесценивания вещей в процессе приобретения [4].

Ироничный тон повествования направлен на обнаружение провальной реализации социальных инициатив общества, а также затрагивает тему религиозности американского социума в сатирическом ключе. Гум-

берт высмеивает косность представителей института религии, его раздражает показная благообразность сограждан, равно как и «их нетерпимость, ханжество, двойные стандарты, пошлость и лицемерие, элементы расизма и антисемитизма» [2, с. 22]. Так, госпожа Гейз принимает активное участие «в работе церковно-благотворительных кружков.» исключительно для того, чтобы стать «…приемлемым членом местного общества» [13, с. 53]. Когда ее фотография появляется в колонке светских новостей местной газеты, Гумберт иронично указывает на то, что данная «реклама согрела фарфоровые створки ее сердца», поскольку тщеславие госпожи Гейз было наконец удовлетворено [13, с. 54].

В. Набоков обращается к демонстрации некоего симбиоза рекламы и религиозных отсылок, иронично указывая на спекуляцию религиозными ценностями в рекламных целях и использованию религиозной тематики в рекламных текстах, лишенных нравственности и духовности изначально. Так, Гумберт в саркастичном тоне описывает рекламный плакат в комнате Лолиты с изображением фривольной сцены между молодыми людьми, а также с надписью, взятой «из церковного гимна, сочиненного священником Томасом Мореллем: "Вот идет он, герой-победитель" [13, с. 77]. Эстетизм Гумберта очевидно уязвлен подобным примером пошлости и безвкусицы, – данный пример эксплуатации религиозных высказываний в рекламной среде выявляет еще одно проявление культуры потребительства, в этом случае реализуемой посредством манипуляции религиозными постулатами в априори противоречащем религиозным канонам контексте. В. Набоков развивает собственный постулат о пошлости рекламы в ее возвеличивании потребителя, полагающего, что способен приобрести счастье и достичь удовлетворения именно посредством приобретения.

Философия потребления напрямую реализуется В. Набоковым в романе посредством обращения к тематике моды и культа одежды, а отдельные продукты модной индустрии становятся знаковой деталью. Так, целый ряд деталей одежды для девочек призван подчеркнуть отдельный кодифицированный мир нимфеток, созданный в сознании Гумберта в том числе и посредством стратегий маркетинга. Причем такими артефактами становятся не только отдельные предметы одежды, как-то приспущенные носки и короткие теннисные юбки, но и детали фасона (оборки, складки) и узоры и рисунки на тканях (узор в горошек и в клетку, ягодные и фруктовые элементы – принты яблок, вишневый оттенок), а также аксессуары. «Девочка примерила костюмчик из синей шерсти, потом другой, состоявший из блузки без рукавов и воздушной, клетчатой юбочки… я снабдил ее … чудной сумочкой из поддельной телячьей кожи (всунув целую горсточку центов и два совсем новеньких гривенника) и сказал ей купить себе какой-нибудь журнальчик в холле» [13, с. 98]. В данном отрывке наглядно демонстрируется детальное описание подростковой моды, а также вводится эпитет, передающий искусственность аксессуара, что аллегорически отражает суть духовных качеств Лолиты, получающей сумку из поддельной кожи и плату за будущую благосклонность к дарителю. Введение мотива искусственности, фальши, поддельности – еще один психологический прием писателя, направленный в числе прочего на указание негативного влияния потребительства на формирование и трансформацию морально-духовного облика персонажа.

Большинство эпизодов, демонстрирующих физическую благосклонность Лолиты к Гумберту, сопрягается с получением каких-либо материальных благ, источником информации о которых для Лолиты служит реклама: «Она выбирала что-то в книге, пока я гладил ее в припаркованной машине", и спрашивала, "почему бы ей не покататься верхом по какой-нибудь рекламируемой тропе или не поплавать в местном бассейне с теплой минеральной водой» [13, с. 250]. По мере углубления увлечения продуктами массовой популярности со стороны Лолиты раздражение Гумберта нарастает, ему доставляет дискомфорт искусственность интересов, навязанных современной культурой Лолите. В. Набоков определяет отличие кодированности рекламного продукта в видении Лолиты и в видении Гумберта. Так, для последнего модные атрибуты – символ вожделенной красоты. И как только объект его страсти исчезает, материальные вещи, связанные с ним, теряют для него свою ценность, подтверждая теорию Ж. Бодрийяра о знаковости товаров. Для Лолиты же реклама и декларируемая в ней мода – объект идолопоклонничества, предмет веры, жизненной философии и целеполагания. По замечанию Л. А. Каракуц-Бородиной, у В. Набокова «реклама образует собственный возможный мир, который претендует на власть над сознанием потребителя и цельность которого задаётся особыми законами» [10, с. 88]. Лолита живет в искусственном мире, мнимо полагая, что руководствуется своими правилами жизни, однако в реальности существует по законам мира, вымышленного индустрией медиапродуктов.

Сам писатель был далек от задачи реалистичного отображения картины мира, однако, по словам Э. Пайфер, «явно искусственные произведения Набокова не претендуют на то, чтобы предложить читателям непосредственное изображение или кажущуюся объективной картину реальности» [16, с. 872]. Согласно точке зрения В. Набокова, мир реальный – понятие относительное и субъективное, и является таковым

только благодаря своей перцептивной реконструкции в лице того или иного реципиента, ибо само мироздание по сути столь же субъективное явление, как и вымышленность искусства [22, с. 148].

«Яблочный» узор и ситец– одни из самых популярных элементов в гардеробе Лолиты: «…на ней было ее самое яркое ситцевое платье с узором из красных яблочек» [13, с. 62], «слабость к клетчатым тканям, ярким ситцам…» [13, с. 69]. Эти элементы, ассоциирующиеся в контексте детской моды с простотой, чистотой и свежестью, приобретают в глазах Гумберта особую значимость, являясь по сути символами ужасающей действительности, будучи декларируемыми в контексте антидуховных отношений главных персонажей. «На ней было в тот день прелестное ситцевое платьице…в темно-розовую клетку…она ярко покрасила губы и держала в пригоршне великолепное, банальное, эдемски-румяное яблоко… стала играть глянцевитым плодом…. Гумберт перехватил яблоко. "Отдайте!" - взмолилась она… Я возвратил "Золотое Семечко"» [13, с. 92]. Яблоко и ситец выступают в роли артефактов, закрепленных В. Набоковым за образом Лолиты, а игра с яблоком очевидно является аллегорией, относящейся к игре Лолиты с чувствами Гумберта, одновременно являясь аллюзией к библейскому сюжету, предваряя процесс капитуляции Лолиты. Укушенное ею яблоко отождествляется Гумбертом с собственным телом – «Она его схватила и укусила, и мое сердце было как снег под тонкой алой кожицей… Держа в одной руке изуродованный плод…» [13, с. 96]. Гумберт отмечает «изуродованность» яблока, к которому девочка выказывает безразличие, – так яблоко, олицетворение уязвленного сердца Гумберта, символично отражает потребительский характер взаимоотношений внутри микросоциума. «Так полулежала она…школьница в коротких белых носочках, пожирающая свой незапамятный плод, поющая сквозь его сок, теряющая туфлю, потирающая пятку в сползающем со щиколки носке о кипу старых журналов…» [13, с. 76]. Данный пример отражает тему потребления двояко – с одной стороны, Лолита упивается яблоком (параллель с сердцем Гумберта), наслаждаясь одновременно модным журналом, с другой – в этой же сцене по сюжету Гумберт незаметно реализует свою страсть, становясь потребителем.

Я.В. Погребная при анализе цитаты Гумберта, в которой он упоминает поэтическую историю любви Данте и Беатриче, а затем сразу же переходит к прозаическому описанию поднятых ветром юбок и обнажившихся панталонов, подчеркивает контрастный переход «из прошлого, как всеобщего, маркированного в качестве художественного, так и из индивидуального, с всеобщим непосредственно соотнесенного и выраженного его языком, в настоящее, из мира поэзии и фантазии в реально-бытовую плоскость покупок и размеров» [17], усиливающий образ взрослого, который является чужим в мире детей. Гумберт пытается сблизиться с Лолитой ради дальнейшего обладания ею, и невольно приобщается к модусу ее консьюмеристского видения – «сам видит мир сквозь призму рекламы» [10, с. 91]. В категорию потребительской ценности Гумберта входят товары, обладающие знаковостью, отражающие определенные коды, ассоциированные с его чувственным и эмоциональным опытом, культурными ассоциациями, иллюзиями, которые зачастую бессознательно эксплуатируются героем романа с целью повторения желанных эмоций.

Лолита является ярким представителем своего времени и окружения, далекого от пуританства, упивающегося гедонизмом в силу изобилия товаров и услуг. Мир брендов и товарного многообразия становится образом жизни рядового американца, что и демонстрирует в своих пристрастиях Лолита, стремящаяся жить словно в декорациях к кинофильму. По замечанию А.О. Дроздовой, «Восприятие героев и рассказчика столь же недостоверно, сколь и механическая оптика кинематографа» [7, с. 131]. А.О. Дроздова исследует перцептивные образы в рассказе В. Набокова «Ассистент режиссера», приходя к выводу о том, что данные образы организуют «пространство псевдодокументального фильма» и характеризуют «кругозор рассказчика» [7, с. 131]. В полной мере данную параллель можно применить и в отношении «Лолиты», где В. Набоков подчеркивает искусственность мира Лолиты, созданного из комбинации шаблонов театра, кино и рекламы, навязанных ей извне. Согласно теории Л.А. Каракуц-Бородиной, реклама выступает в роли генератора мифов или даже является тем мифом, «сообразно которому воспринимается и строится человеческая жизнь» [10, с. 90-91]. В. Набоков тщательно воссоздает атрибуты американской культуры того времени – в романе многократно подчеркивается популярность музыкальных автоматов, роликовых катков, кинотеатров, баров и журналов о моде и кино. Все эти элементы быта призваны отобразить действительность социума, одержимого рекламными продуктами – источниками легкого и быстро реализуемого удовольствия, создающими иллюзию причастности к миру роскоши, моды и благополучия.

Сама идея подкупа Лолиты ради получения сексуального внимания безусловно порочна, и создание коллизий в романе, завязанных на данном мотиве, позволяет писателю показать низость мира, где деньги имеют высшую ценность даже для подростка, который не имеет собственного ценностно-духовного поля в силу «формирования консьюмеристской ментальности» [10, с. 88]. Постепенно между Лолитой и Гумбертом устанавливаются товарно-денежные отношения, где оба участника реализуют философию потреби-

тельства, покупая удовлетворение своих физиологических и материальных стремлений. При этом Гумберт презирает консьюмеризм, осознавая маркетинговую манипуляцию внутри американского социума, однако сам прибегает к практике потребительства, обращаясь к философии эксплуатации слабых, тем самым реализуя созданный им самим образ мотыльков, как беспризорных снежинок [13, с. 400]. Данный образ отражает тему беспризорности, в рамках которой Гумберт использует представителей женского пола, «с самого начала выбирая тех, кто слабее его, кто беспризорен и беззащитен» [3, с. 124].

Си Нан утверждает, что «истинными ценностями Гумберта являются не сами продукты потребления, а определенные кодированные способы воздействия данных продуктов, реализуемые в эмоциях и переживаниях, культурных ассоциациях и иллюзиях, которые и составляли суть потребительства Гумберта» [23, с. 181]. Гумберт использует категорию материального как вспомогательное средство для создания и поддержания взлелеянного ранее образа, желания, цели. Для него реклама – средство информационное, для Лолиты – формирующее идейный корпус ее жизненных принципов. Лолита представляет «не только объект, но и продукт рекламы» [10, с. 92], она является целевым реципиентом медийных стратегий и приемов. Фактически отношения главных героев романа превращаются в некое подобие торговой сделки в силу отражением эстетики потребления, укоренившейся в американском обществе. По замечанию Си Нан, «Лолита сама была приверженцем фетишизма товаров в потребительском социуме, поклоняясь не просто материальным ценностям, но цельной системе знаковой товарной кодированности» [23, с. 181]. Философия потребления становится жизненной философией Лолиты, порабощенной «рекламным молохом» [10, с. 88], являющей собой собирательный образ-воплощение американского подростка, чей социум существует безотрывно от взаимодействия с продуктами медиа-индустрии. Кодированность истинной ценности продукта рекламы гарантирует продажу иллюзорного образа товара, реальное наполнение которого далеко от действительного.

Потребительский интерес Гумберта ограничен приобретением всевозможных благ для Лолиты, предметы гардероба которой имеют двойственное предназначение – это и олицетворение эротизма и сексуальности, и символ порабощения в патриархальном обществе. Си Нан отдает Лолите роль «патриархального символа”, поскольку «ее тело становится эстетическим объектом в процессе акта потребления в глазах представителя мужского общества» [23, с. 182]. Лолита становится своего рода товаром в руках Гумберта и Куильти, находясь в подчинении у обоих в иллюзии свободы выбора. Рекламные стратегии производят ложную необходимость в приобретении товара, а вымышленная значимость продукта, его преувеличенная ценность развращают потребителя в лице Лолиты, укрепляя в ней уверенность в повышении собственной ценности путем приобретения товара. Удовлетворение желания становится простым и доступным, зачастую не требующим каких-либо усилий со стороны Лолиты, вследствие чего приобретаемая вместе с товаром радость становится кратковременной.

В ходе развития сюжета романа Лолита взаимодействует с разнообразными социальными средами, однако героиня пребывает словно в искусственно созданном вакууме, развиваясь, по сути, исключительно благодаря информации, почерпнутой из путеводителей, модных журналов, прессы, посвященной киноиндустрии и иных подобных источников, а ее реальность представляет собой мистификацию, созданную Гумбертом, а впоследствии и Куильти. Мир кино и театра становится для Лолиты средством избавления от реальности. Ее страсть к кино- и театральному искусству очевидно свидетельствуют о бессознательном стремлении убежать от реальной действительной жизни. Мир внешний для нее – продолжение реальности кино- и театральной действительности, зачастую грань между ними для Лолиты стирается, а актерская сторона ее натуры начинает постепенно замещать ее индивидуальность.

Согласно теории Т.В. Адорно и М.М. Хоркхаймера, культурная индустрия может доставлять зрителям обманчивую радость с целью получения аудиторией удовлетворения [20, с. 116]. Развлекательная функция киноиндустрии предоставляет зрителю возможность забыть о реальных страданиях, создавая иллюзию освобождения. По мнению ученых, чем глубже и техничнее в киноленте отображаются практические реалии, тем легче создается иллюзия о том, что мир реальный является абсолютным продолжением мира кино [20, с. 99]. Для Лолиты грань между миром реальным и миром вымышленным стирается, присущая ей критичность ее мышления нивелируется в моменты соприкосновения с миром кино- и театральной индустрии, что приводит к экспликации внутреннего конфликта с Гумбертом, и Лолита совершает побег в поисках свободы.

Лолита в стремлении подражать актерам Голливуда превращается в идеального потребителя материальных благ, которые, по ее мнению, приближают ее к миру кино, театра, моды. В отношениях с Куильти Лолита рассчитывает на его помощь в содействии исполнению ее мечты о кинокарьере, однако попытка драматурга задействовать девочку в непристойных постановках превращает в фарс заманчивую красоту кино-

мира, к которой стремилась Лолита. Факт опосредованного отвержения Лолиты миром кино подобным низкодуховным образом с ощутимой долей иронии вскрывает обманчивую природу индустрии кино и театра.

Гумберт осознает пошлость природы кинопродуктов, к которым тяготеет Лолита, однако готов оставаться объектом эксплуатации до тех пор, пока это приносит желаемое физическое удовлетворение его нужд. Товары в романе словно наделяют потребителей неограниченными правами, что формирует мнимое ощущение власти и свободы у Гумберта и Лолиты. В. Набоков подчеркивает, что образ рекламного продукты ложен изначально, однако его легко навязать среднестатистическому потребителю, что подрывает устои общества, декларирующего подобные ценности. Товар приобретает статус отдельного независимого персонажа романа, довлеющего своим влиянием над сознанием героев романа.

В интерпретации Гумберта внутренний мир Лолиты сформирован под влиянием потребительского социума, пропагандирующего «бедлам реклам» [13, с. 289]. Психологические паттерны образа Лолиты передаются Гумбертом как объединение разнородных и далеких от гармоничных черт и пристрастий, с прямой отсылкой к стандартизованности и определенной косности ее мышления. «Ее внутренний облик мне представлялся до противного шаблонным: сладкая, знойная какофония джаза, фольклорные кадрили, мороженое под шоколадно-тянучковым соусом, кинокомедии с песенками, киножурнальчики …» [13, с. 89]. Он отмечает однотипность и низкосортность ее предпочтений в самых разных сферах потребления. Лолита выступает в роли среднестатистического неразборчивого доверчивого потребителя, чьи предпочтения и желания формируются исключительно благодаря рекламе, продукт которой чаще всего соответствует лишь категориям пошлости и заурядности: «…она была идеальным потребителем, субъектом и объектом каждого подлого плаката [13, с. 101].

Жан Бодрийяр отмечал, что функция рекламы состоит прежде всего в создании условного образа товара, а также нацелена на его неверную трактовку со стороны реципиента [21, с. 124]. Лолита как типичный представитель своего социума стала совершенным потребителем указанного условного товарного кода, одномоментно воплощая как введенного в заблуждение потребителя товаров, предлагаемых ей извне, так и являясь по сути своего рода товаром. Философия потребления становится одним из основополагающих конфликтообразующих компонентов романа, вводя элемент социальной сатиры на фоне драматизма истории развития общества в момент экономического подъема страны, а также становится одним из факторов развития трагедии индивидуальных членов данного общества.

Выводы

В результате проведенного исследования мы приходим к выводам о том, что психологизм персонажей романа раскрывается на фоне ретроспективы их взаимоотношений между собой и социумом-средоточием манипулятивных технологий, ориентированных на вовлечение представителей общества в культуру потребления. Так, потребительским выбором Лолита становится триада «свобода-выбор-потребительство», в рамках которой Лолита в стремлении достичь свободы делает выбор в пользу потребления, однако в реальности ее выбор ограничен рамками потребительской философии социума. Лолита прибегает к приобретательству в качестве бегства от реальности, и удовлетворение материальных требований приносит ей ложную удовлетворенность миром ирреальным, созданным усилиями медиа-сферы. В контексте рассмотрения цепочки «духовность-культура-потребление» можно сделать вывод о том, что культурное поле, представленное в романе в консьюмеристском модусе, способствует скорее деградации, нежели эволюции членов американского сообщества в лице Лолиты в отношении формирования ценностного спектра личности. Анализ характера союза «религия-реклама» показывает нивелирование духовных религиозных основ при вовлечении религиозной тематики в рекламные стратегии. В. Набоков представляет оценочное видение персонажа в рамках противопоставления категории «фальшь-подделка-искусственность» (отраженной в идеологической направленности американского общества потребления) категории «эстетика-естественность-гармония».

В результате исследования установлено, что бытовая деталь приобретает характер знаковости и архетипичности. В. Набоков наделяет бытовую деталь символичностью, что позволяет присвоить вещному миру статус независимого персонажа, участвующего в сюжетообразовании и зачастую играющего ключевую роль в образовании коллизий романа.

Стремление соответствовать ожиданиям и стандартам социума, сосредоточенного на реализации культуры потребления, трансформирует ценностный спектр представителей общества. Так, псевдорелигиозность госпожи Гейз, стандартизованность мышления Лолиты, ориентированной на потребительство ввиду манипулятивных действий медиасферы свидетельствуют о развращающей роли философии потребления в формировании мировоззрения, а также духовных и нравственных ценностей

членов общества. Культурный и технический прорыв на фоне экономического подъема страны приводит не к ценностному обогащению человека, а к стагнации и даже деградации моральных принципов и духовных устоев общества. Прибегая к иронии и сарказму, В. Набоков создает прецедент трагикомического в описании отношений персонажа как с социумом, так и в проявлении межличностных конфликтов персонажей.

Основными способами социального воздействия на потребителя в рамках философии потребления в «Лолите» становятся манипулятивные стратегии в сфере предоставления развлечений и услуг. Базовым методом социального воздействия на героев романа выступает институт рекламы. Реклама в романе представлена средством кощунственным, направленным на симуляцию модели реальной жизни. Она внушает потребителю ощущение всемогущества, использует манипулятивные технологии для вовлечения потребителя в процесс покупки, прививает инстинкт приобретательства, не заботясь о духовном развитии потребителя, что разрушающе влияет на формирование еще незрелой психики и идейно-понятийного аппарата подростка, который в романе представлен в образе Лолиты. В. Набоков акцентирует внимание читателя на пошлости и низкосортности рекламных слоганов, которые могут апеллировать к духовным основам и религиозным постулатам. Институт религии также подвергается критике со стороны автора, поскольку в своей практической форме религия зачастую чужда декларируемой духовности, а члены общества в свою очередь прибегают к ней исключительно в своекорыстных целях. Писатель подчеркивает, что религиозная смысловая составляющая используется в рекламных целях, что выражается в сочетании религиозного слогана и безнравственной смысловой нагрузки рекламного продукта. Кодированность рекламного продукта имеет различный характер воздействия на Гумберта, осознающего манипулятивность рекламных средств и заведомое заблуждение, в которое медиа-сфера вводит потребителя, выдавая фальсификат за подлинный продукт, и на Лолиту, существующую в ценностном спектре, обозначенном рекламными стратегиями.

В «Лолите» философия потребления, насаждаемая экономической политикой общества, успешно реализуется у рядового его представителя вне зависимости от возраста и социального статуса. В узком социуме «Лолита-Гумберт» культура потребления имеет ярко выраженную модель, основанную на взаимном получении определенных благ, зачастую далеких от материальных, которые обусловлены интересами каждого из участников тандема, и источником получения выгоды становится второй участник, а не социум. Предполагается, что научно-технический прогресс, экономический рост и подъем в развитии сектора культуры должны способствовать эволюции индивидуума в самых различных отношениях, однако анализ идейной составляющей «Лолиты» отчетливо указывает на разлагающую роль той псевдокультуры, которая насаждается в обществе, в котором духовность и подлинность подавляются категорией материального.

В качестве перспектив дальнейшего исследования необходимо указать прежде всего широкие возможности изучения проблемы взаимодействия индивидуума с обществом в рамках навязываемой обществом философии потребления на материале иных произведений В. Набокова с целью определения роли экономической и культурной индустрии в создании конфликта отдельного индивидуума с социумом и иными участниками окружения героя произведения. Также представляет интерес исследование влияния эстетико-духовной концепции романа «Лолита» на тенденции развития сферы модной индустрии второй половины XX века, в частности на формирование определенных стилей, обусловленных эстетикой модного сегмента, представленного в романе «Лолита».

Список источников

1. Аманова З.С., Гиздулин Э.Ф. Тема эмиграции в творчестве Владимира Набокова // Молодой ученый. 2021. № 6 (348). С. 440 – 442. URL: https://moluch.ru/archive/348/ (дата обращения: 20.04.2026).
2. Белова Т.Н. Сатирическое и комическое изображение реалий американской действительности в романах В. Набокова ("Пнин", "Лолита", "Бледное пламя") // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 2019. С. 19 – 26.
3. Беляева И.С. Мотыльки, как беспризорные снежинки: тема беспризорности в «Лолите» В. Набокова // Новый филологический вестник. 2017. С. 119 –126.
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры. М.: Республика, Культурная революция, 2006. 269 с.
5. Газданов Г. О молодой эмигрантской литературе // Современные записки. 1939. Т. 60.

6. Ганин В.Н., Киселев П.А. Два варианта романа В.В. Набокова «Лолита»: диалог русской и английской словесности // Вестник Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина. 2020. № 3 (68). С. 99 – 107. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dva-varianta-romana-v-v-nabokova-lolita-dialog-russkoy-i-angliyskoy-slovesnosti/viewer (дата обращения: 20.04.2026).

7. Дроздова А.О. Художник-шпион в рассказе В. Набокова «Ассистент режиссера»: репрезентация сенсорного и эстетического опыта // Вестник Пермского университета. Рос. и зарубеж. филология. 2024. № 3. С. 130 – 135.

8. Калнинь Н.Р. Природа смешного в романе В. Набокова «Лолита» // Вестник Челябинского государственного университета. 2003. Т. № 1. С. 63 – 70.

9. Каракуц-Бородина Л.А., Авхадиева И.А. Владимир Набоков как культуртрегер: преподавание русской словесности в США // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2025. Т. 25. № 5. С. 43 – 52. DOI: 10.37482/2687-1505-V448.

10. Каракуц-Бородина Л.А. Набоков в рекламе: исследователь, копирайтер, продюсер // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. 2022. № 2 (47). С. 82 – 101.

11. Карпова О.Н. Образ Америки через призму восприятия жизни Лолиты // Молодой ученый. 2016. № 11 (115). С. 1700 – 1702.

12. Набоков В. Два интервью из сборника "Strong opinions". "Pro et contra". Москва, 1997.

13. Набоков В. Лолита. Харьков: Фолио, 2000.

14. Набоков о Набокове и прочем: Интервью, рецензии, эссе / Ред.-сост. Н.Г. Мельников. М.: Независимая Газета, 2002. С. 191.

15. Осьмухина О.Ю. Набоков-переводчик / Набоков-писатель: специфика взаимодействия // Art Logos. 2019. № 2 (7). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nabokov-perevodchik-nabokov-pisatel-spetsifikavzaimodeystviya (дата обращения: 20.04.2026).

16. Пайфер Э. «Лолита» Текст // В.В. Набоков. Pro et contra [Т. 2] / Сост. Б. Аверина. СПб.: РХГИ, 2001. С. 869 – 892.

17. Погребная Я.В. Поиски «Лолиты». Герой-автор-читатель-книга на границе миров. 4-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2021. 168 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83462 (дата обращения: 20.04.2026).

18. Стрельникова Л.Ю. Литературная игра в ранней прозе В.В. Набокова: модернистские и постмодернистские аспекты. 2020. URL: https://www.dissercat.com/content/literaturnaya-igra-v-rannei-proze-vvnabokovamodernistskie-i-postmodernistskie-aspekty (дата обращения: 20.04.2026).

19. Стрельникова Л.Ю. Феномен билингвизма В.В. Набокова и его влияние на формирование художественного мира писателя. ФГБОУ ВО «Армавирский государственный педагогический университет», г. Армавир, 2024. С. 223 – 227.

20. Adorno Theodor W. and Horkheimer Max. Dialectic of Enlightenment. Stanford, 2002.

21. Baudrillard Jean. The System of Objects. London, New York: 1996.

22. Nabokov V. Interviews, reviews, letters to editors. New York: McGraw-Hill, 1973.

23. Xi Nan. Relationship, Identity and Mass Media: the Consumer Culture in Nabokov's Lolita // International Journal of Humanities and Social Science. Vol. 4. No. 12.

References

1. Amanova Z.S., Gizdulin E.F. The Theme of Emigration in the Works of Vladimir Nabokov. Young Scientist. 2021. No. 6 (348). P. 440 – 442. URL: https://moluch.ru/archive/348/ (accessed: 20.04.2026).

2. Belova T.N. Satirical and Comic Portrayal of American Realities in the Novels of V. Nabokov ("Pnin", "Lolita", "Pale Fire"). Bulletin of Moscow University. Series 9. Philology. 2019. P. 19 – 26.

3. Belyaeva I.S. Butterflies, Like Stray Snowflakes: The Theme of Homelessness in V. Nabokov's "Lolita". New Philological Bulletin. 2017. P. 119 – 126.

4. Baudrillard J. Consumer Society: Its Myths and Structures. Moscow: Respublika, Cultural Revolution, 2006. 269 p.

5. Gazdanov G. On Young Émigré Literature. Modern Notes. 1939. Vol. 60.

6. Ganin V.N., Kiselev P.A. Two Versions of V.V. Nabokov's Novel "Lolita": A Dialogue of Russian and English Literature. Bulletin of the Ryazan State University named after S.A. Yesenin. 2020. No. 3 (68). P. 99 – 107. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dva-varianta-romana-v-v-nabokova-lolita-dialog-russkoy-i-angliyskoy-slovesnosti/viewer (accessed: 20.04.2026).

7. Drozdova A.O. The Artist-Spy in V. Nabokov's Short Story "The Assistant Director": Representation of Sensory and Aesthetic Experience. Bulletin of Perm University. Russian and Foreign Philology. 2024. No. 3. P. 130 – 135.

8. Kalninya N.R. The Nature of the Funny in V. Nabokov's Novel "Lolita". Bulletin of Chelyabinsk State University. 2003. Vol. № 1. P. 63 – 70.

9. Karakuts-Borodina L.A., Avkhadieva I.A. Vladimir Nabokov as a Culture Bearer: Teaching Russian Literature in the USA. Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and Social Sciences. 2025. Vol. 25. No. 5. P. 43 – 52. DOI: 10.37482/2687-1505-V448.

10. Karakuts-Borodina L.A. Nabokov in Advertising: Researcher, Copywriter, Producer. Bulletin of the Sholem Aleichem Primorsky State University. 2022. No. 2 (47). P. 82 – 101.

11. Karpova O.N. The Image of America through the Prism of Lolita's Life. Young Scientist. 2016. No. 11 (115). P. 1700 – 1702.

12. Nabokov V. Two Interviews from the Collection "Strong Opinions". "Pro et Contra". Moscow, 1997.

13. Nabokov V. Lolita. Kharkov: Folio, 2000.

14. Nabokov on Nabokov and Other Things: Interviews, Reviews, Essays. Ed. N.G. Melnikov. Moscow: Nezavisimaya Gazeta, 2002. P. 191.

15. Osmukhina O.Yu. Nabokov the Translator / Nabokov the Writer: Specifics of Interaction .Art Logos. 2019. No. 2 (7). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nabokov-perevodchik-nabokov-pisatel-spetsifikavzaimodeystviya (accessed: 20.04.2026).

16. Pifer E. "Lolita" Text. V.V. Nabokov. Pro et contra [Vol. 2] / Comp. B. Averina. St. Petersburg: RHGI, 2001. P. 869 – 892.

17. Pogrebnaya Ya.V. The Search for "Lolita". Hero-author-reader-book on the Border of Worlds. 4th ed., reprinted. Moscow: FLINTA, 2021. 168 p. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83462 (accessed: 20.04.2026).

18. Strelnikova L.Yu. Literary play in the early prose of V.V. Nabokov: modernist and post-modernist aspects. 2020. URL: https://www.dissercat.com/content/literaturnaya-igra-v-rannei-proze-vvnabokovamodernistskie-i-postmodernistskie-aspekty (accessed: 20.04.2026).

19. Strelnikova L.Yu. The phenomenon of bilingualism in V.V. Nabokov and its influence on the formation of the writer's artistic world. Armavir State Pedagogical University, Armavir, 2024. P. 223 – 227.

20. Adorno Theodor W. and Horkheimer Max. Dialectic of Enlightenment. Stanford, 2002.

21. Baudrillard Jean. The System of Objects. London, New York: 1996.

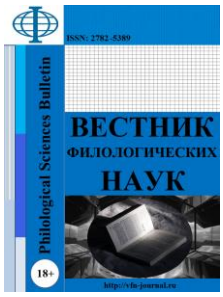
22. Nabokov V. Interviews, reviews, letters to editors. New York: McGraw-Hill, 1973.

23. Xi Nan. Relationship, Identity, and Mass Media: the Consumer Culture in Nabokov's Lolita. International Journal of Humanities and Social Science. Vol. 4. No. 12.

Информация об авторах

Донцова О.В., *старший преподаватель, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Dontsova.olga.v@mail.ru*

© Донцова О.В., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 316.653:070
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-169-174

[1] Дылевский Д.Э., [1] Овруцкий А.В.

[1] Московский финансово-юридический университет МФЮА

Доверие российского общества различным источникам информации и высокий запрос честности

Аннотация: *исследование ВЦИОМ в 2025 году выявило, что у россиян вырос запрос на честность СМИ. Высокая ценность основана на среднем балле опроса по семибалльной шкале важности того, чтобы журналисты говорили правду о происходящем в стране. Также опрос показал низкую оценку реализации данного запроса. Исследование демонстрирует ощутимый разрыв восприятия работы СМИ и ожиданий от них. Тем не менее важно отметить, что уровень доверия к традиционным СМИ – федеральным телеканалам, прессе и радио – все еще выше, чем уровень недоверия. Таким образом федеральным каналам скорее доверяют 50% опрошенных, чем не доверяют – 30%. Доверие же к интернет источникам имеет схожее деление. Официальные сайты, новостные и аналитические ресурсы остаются наиболее надежными в цифровой среде – 37% доверяют, а 29% не доверяют. Социальные же сети и блогеры вызывают тот самый основной процент недоверия к СМИ – 23% против 44%. Смело можно сделать вывод, что именно информационный поток неофициальных источников информации в социальных сетях создает у россиян недоверие к СМИ. Информационный поток растет, и современная журналистика обязана не только информировать, но и защищать аудиторию от переутомления. Социальные сети и неофициальные источники информации лишены подобных качеств.*

Ключевые слова: *СМИ, социальные сети, федеральные телеканалы, пресса, радио, российское общество, опрос, ВЦИОМ, доверие, честность*

Для цитирования: Дылевский Д.Э., Овруцкий А.В. Доверие российского общества различным источникам информации и высокий запрос честности // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 169 – 174. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-169-174

Поступила в редакцию: 16 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 29 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Dylevsky D.E., [1] Ovrutsky A.V.

[1] Moscow University of Finance and Law

The trust of the Russian society in various sources of information and a high demand for honesty

Abstract: *a 2025 study by WCIOM revealed that Russians have a growing demand for media integrity. This high value is based on the survey's average score, which indicates the importance of journalists telling the truth about what is happening in the country. The survey also showed a low assessment of the implementation of this demand. The study demonstrates a significant gap between the perception of media work and the expectations from it. However, it is important to note that trust in traditional media, such as federal television channels, newspapers, and radio, remains higher than distrust. Thus, 50% of respondents trust federal channels rather than distrust them, 30%. Trust in online sources has a similar division. Official websites, news, and analytical resources remain the most reliable in the digital environment – 37% trust them, while 29% do not. Social networks and bloggers cause*

the same basic percentage of distrust of the media, 23% versus 44%. It is safe to conclude that the information flow from unofficial sources on social networks creates distrust in the media among Russians. The flow of information is growing, and modern journalism must not only inform but also protect its audience from overwork. Social networks and unofficial sources of information lack these qualities.

Keywords: *Media, social networks, federal TV channels, press, radio, Russian society, survey, WCIOM, trust, honesty*

For citation: Dylevsky D.E., Ovrutsky A.V. The trust of the Russian society in various sources of information and a high demand for honesty. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 169 – 174. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-169-174

The article was submitted: April 16, 2026; Approved after reviewing: April 29, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

В периоды исторической нестабильности общественное развитие всё чаще определяется трудно прогнозируемыми процессами, вследствие чего усиливается проблема доверия к социальным институтам. Особое место в данной системе занимают средства массовой информации, поскольку именно через них значительная часть аудитории получает сведения о политических, социальных, экономических и культурных событиях. Общественное доверие образует социальный капитал, позволяющий СМИ претендовать на положение «четвёртой власти».

Доверие связано не только с ожиданиями аудитории, но и с устойчивой убеждённостью в надёжности, последовательности и обоснованности действий источника информации [4]. В психологии доверие рассматривается как сложное явление, где соединяются рациональная оценка источника, эмоциональное отношение к нему и готовность действовать на основании полученной информации [3, с. 1]. Когнитивный уровень выражается в убеждённости в надёжности источника; эмоциональный – в чувстве близости, симпатии или принятия; поведенческий – в готовности полагаться на передаваемые сведения. Н. Луман подчёркивал, что доверие всегда связано с риском: субъект принимает решение доверять при неполной информации и сохраняющейся вероятности неблагоприятного исхода [8, с. 102].

Доверие к СМИ относится к сфере социального доверия, поскольку направлено не на отдельного человека, а на институты и каналы массовой коммуникации. При этом оно сохраняет сходство с межличностным доверием: в обоих случаях аудитория ожидает позитивного результата и готова опираться на другого субъекта либо источник. Традиционная журналистика исторически стремилась поддерживать прозрачность, достоверность и проверяемость информации. Репутация федеральных медиа, печати и радио формировалась десятилетиями через профессиональную этику, ссылки на документы, работу с фактами и публичное признание ошибок.

В психологии для описания устойчивого восприятия правдивости и ответственности СМИ применяется понятие медийной репутации. В данном случае доверие приобретает преимущественно когнитивный характер: аудитория предполагает, что официальные СМИ обладают компетентностью и соблюдают требования профессиональной честности [1, с. 43-58]. Надёжность источника становится одним из оснований доверия: сообщение воспринимается убедительнее, если исходит от известного и проверенного издания. Федеральные СМИ опираются на институциональное доверие, подкреплённое аргументацией, фактами и длительной репутационной историей.

Развитие цифровых технологий изменило условия взаимодействия граждан, власти и медиа. Социальные сети получили широкое распространение в интернет-среде и превратились в один из наиболее востребованных каналов получения и передачи сведений. Под социальными сетями понимаются интернет-приложения, ориентированные на упрощение коммуникации, распространение информации в общественной среде и её дальнейшую переработку пользователями [8]. Среди их характерных признаков выделяются широкий массив данных, разнообразие форматов контента, низкие затраты на распространение материалов, открытый доступ и возможность обращения к мировой аудитории [2].

Наибольший исследовательский интерес представляют доступность информации и отсутствие жёстких ограничений по её объёму. Данные признаки обеспечили социальным сетям массовое распространение, но одновременно усилили проблему качества информационного потока, достоверности сообщений и границ между информированием, эмоциональным воздействием и манипуляцией.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования послужили научные работы, посвящённые проблеме доверия, медийной репутации, социального доверия и цифровой коммуникации, а также статистические данные о медиапотреблении россиян. Теоретическую основу составили труды по психологии доверия, где раскрывается его рациональная, эмоциональная и поведенческая природа [3, с. 1], а также социологическая концепция Н. Лумана, связывающая доверие с ситуацией риска и неполноты информации [8, с. 102].

Для анализа институционального доверия к традиционным СМИ использованы исследования, раскрывающие связь между репутацией источника, представлениями аудитории о его компетентности и готовностью воспринимать передаваемые сведения как достоверные [1, с. 43-58]. При рассмотрении цифровой коммуникации привлечены работы, где социальные сети описываются как интернет-приложения, обеспечивающие распространение, обмен и развитие информации в общественной среде [8]. Характеристики социальных сетей – объём данных, разнообразие форматов, открытость доступа, низкая стоимость распространения и глобальный охват – рассмотрены с опорой на источник [2].

Эмпирическую основу составили сведения Kepios за январь 2022 года и данные опроса ВЦИОМ, представленные В. Федоровым на Межрегиональном медиафоруме «Енисей» в ноябре 2025 года [6, 7]. Эти материалы позволили сопоставить охват традиционных и цифровых каналов коммуникации, уровень доверия к разным источникам информации и разрыв между общественным запросом на правдивость и оценкой фактической правдивости официальных медиа.

В ходе исследования применялись методы анализа научной литературы, сравнительного анализа, обобщения статистических данных и интерпретации социологических показателей. Анализ научной литературы использован для раскрытия природы доверия и медийной репутации. Сравнительный метод применён при сопоставлении доверия к телевидению, федеральным новостным сайтам, социальным сетям, печатным СМИ и радио. Обобщение статистических данных позволило представить медиапотребление россиян через количественные показатели. Интерпретационный метод использован при объяснении причин разрыва между высоким запросом на правдивость и более низкой оценкой достоверности официальных источников.

Результаты и обсуждения

Социальные сети заняли устойчивое место среди ведущих средств коммуникации в российском обществе благодаря доступности, скорости распространения сведений и низкому порогу участия. По данным Kepios на январь 2022 года, доступ к интернету имели не менее 89% населения России, что соответствовало 129,8 млн человек. Число пользователей социальных сетей достигало 72,7% от общей численности населения страны, причём данный показатель сохранял тенденцию к росту [7]. Следовательно, информационный поток из социальных сетей охватывает значительную часть населения, но его качество требует отдельной оценки.

Сведения ВЦИОМ, представленные В. Федоровым на Межрегиональном медиафоруме «Енисей» в ноябре 2025 года, показывают, что 84% респондентов ежедневно обращаются к новостям [6]. Наибольший уровень доверия среди информационных каналов сохраняет телевидение: ему доверяют 50% россиян. Федеральные новостные сайты получают 37% доверия, telegram-каналы – 33%, печатная пресса и радио – по 32%.

Таблица 1

Доверие к разным источникам информации.

Table 1

Trust in different sources of information.

Показатель	**Значение**
Телевидение	50%
Федеральные новостные сайты	37%
Социальные сети	33%
Печатные СМИ	32%
Радио	32%

Приведённые данные показывают, что традиционные источники сохраняют более высокий уровень доверия по сравнению с социальными сетями. Телевидение удерживает первое место, что связано с длительной репутационной историей, институциональным статусом и привычной для широкой аудитории формой

подачи информации. Федеральные новостные сайты занимают промежуточное положение: они принадлежат к цифровой среде, но сохраняют связь с профессиональными редакциями и официальной журналистской практикой. Telegram-каналы и социальные сети обладают высоким охватом, но уступают традиционным медиа по уровню доверия, поскольку аудитория чаще сталкивается там с неподтверждёнными сведениями, эмоционально окрашенными сообщениями и конкуренцией за внимание.

По данным ВЦИОМ, не реже одного раза в полгода телевизионный контент смотрят 75% опрошенных, при этом 47% обращаются к телевидению ежедневно. Интернет-аудитория достигает 86%, ежедневное использование сети отмечают 78% участников исследования [6]. При сопоставимом охвате интернета и телевидения более интенсивное повседневное потребление характерно для интернет-среды: к ней каждый день обращаются почти четыре из пяти россиян.

Таблица 2

Данные (ВЦИОМ, весна-лето 2025 г.).

Table 2

Data (VCIOM, spring-summer 2025).

Показатель	**Значение**	**Сведения**
Телеаудитория (смотрят ТВ минимум 1 раз в полгода)	75%	Из них 47% – ежедневно
Интернет-аудитория (пользуются интернетом)	86%	Из них 78% – ежедневно
Ежедневное использование интернета	78%	Интернет популярнее ТВ по ежедневному охвату
Запрос на правдивость в СМИ (средний балл по шкале от 1 до 7)	6,52	Очень высокая востребованность правды
Удовлетворенность правдивостью официальных медиа и федеральных каналов (средний балл по шкале от 1 до 7)	4,13	Значительно ниже запроса
Разрыв между ожидаемой и реальной правдивостью	2,39	Реализация оставляет желать лучшего

Средняя оценка значимости правдивости сообщений в СМИ достигла 6,52 балла из 7. Данный показатель отражает выраженный общественный запрос на достоверную медиакоммуникацию. При оценке того, насколько официальные медиа и федеральные каналы сообщают правду, среднее значение составило 4,13 балла из 7 [6]. Разрыв в 2,39 балла указывает на несоответствие между ожиданиями аудитории и восприятием фактического качества информации.

Причины данного расхождения связаны с устройством современного информационного поля. Аудитория ищет не только факты, но и смысловую связность, объяснение происходящего, понятное повествование и снижение неопределённости. Федеральные СМИ чаще предлагают структурированную картину событий, тогда как социальные сети работают в режиме высокой скорости, конкуренции за внимание и постоянного обновления повестки. Вследствие этого в социальных сетях шире распространяются резкие заголовки, эмоциональные формулы, фрагментарные сведения и манипулятивные способы подачи информации.

Современная журналистика и цифровая коммуникация находятся в зоне постоянного напряжения между информированием и воздействием на аудиторию. Федеральные медиа, обладающие устойчивой репутацией, в большей степени сохраняют баланс между оперативностью, проверкой сведений и ответственностью перед аудиторией. Социальные сети выигрывают за счёт скорости, доступности и интерактивности, но проигрывают в вопросах проверяемости и устойчивого доверия. Поэтому массовое распространение социальных сетей усиливает запрос на источники, способные отбирать, проверять и структурировать сведения.

Выводы

Доверие к СМИ представляет собой форму социального доверия, связанную с восприятием надёжности, компетентности и ответственности источника информации. Традиционные медиа сохраняют преимущество за счёт институциональной репутации, профессиональных норм и привычной для аудитории модели проверки сведений.

Социальные сети стали одним из ведущих каналов коммуникации благодаря доступности, скорости распространения материалов и широкому охвату аудитории. При этом их информационный поток отличается

неоднородным качеством, высокой эмоциональностью и риском распространения неподтверждённых сведений.

Данные ВЦИОМ показывают, что телевидение сохраняет наибольший уровень доверия среди россиян – 50%. Федеральным новостным сайтам доверяют 37%, социальным сетям и telegram-каналам – 33%, печатным СМИ и радио – по 32%. Эти показатели подтверждают сохранение доверия к традиционным каналам при одновременном росте влияния цифровой среды.

Между общественным запросом на правдивость и оценкой правдивости официальных медиа фиксируется заметный разрыв. Значимость правдивости сообщений получила среднюю оценку 6,52 балла из 7, тогда как оценка правдивости официальных медиа и федеральных каналов составила 4,13 балла. Данное расхождение указывает на потребность в более прозрачной, доказательной и ответственной медиапрактике.

В условиях информационного перенасыщения СМИ выполняют не только функцию передачи сведений, но и функцию смысловой организации потока информации. От способности медиа проверять факты, снижать неопределённость и избегать манипулятивной подачи зависит устойчивость общественного доверия к ним.

Список источников

1. Ефимова Г.З. Профессиональное продвижение преподавателей высшей школы в виртуальных социальных сетях // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 2 (168). С. 317 – 341. DOI: 10.14515/monitoring.2022.2.2120.

2. Купрейченко А.Б., Шляховая Е.В. Доверие к информации как фактор доверия к электронным масс-медиа // Психологическая наука и образование psyedu.ru. 2012. Т. 4. № 1. Ст. 17. С. 1 – 15.

3. Миронова Н.А. Роль СМК в формировании культуры доверия // Система ценностей современного общества. 2010. № 14. С. 310 – 313.

4. Сморгунов Л.В. Цифровизация и сетевая эффективность государственной управляемости // Политическая наука. 2021. № 3. С. 13 – 36. DOI: 10.31249/poln/2021.03.01.

5. Фёдоров В.В. Информация. Коммуникация. Доверие?!: презентация. Аналитический центр Всероссийского центра изучения общественного мнения. 2025. 12 с. URL: https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/informacija_kommunikacija_doverie_mediarynok.pdf (дата обращения: 05.05.2026).

6. Kavanaugh A.L., Fox E.A., Sheetz S.D. [et al.] Social media use by government: From the routine to the critical // Government Information Quarterly. 2012. Vol. 29. № 4. P. 480 – 491. DOI: 10.1016/j.giq.2012.06.002.

7. Kemp S. Digital 2022: The Russian Federation // DataReportal. 2022. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2022-russian-federation (дата обращения: 02.05.2026).

8. Luhmann N. Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives // Trust: Making and Breaking Cooperative Relations / edited by D. Gambetta. Electronic edition. Oxford: Department of Sociology, University of Oxford, 2000. Chapter 6. P. 94 – 107.

References

1. Efimova G.Z. Professional promotion of higher education teachers in virtual social networks. Monitoring public opinion: economic and social changes. 2022. No. 2 (168). P. 317 – 341. DOI: 10.14515/monitoring.2022.2.2120.

2. Kupreychenko A.B., Shlyakhovaya E.V. Trust in information as a factor of trust in electronic mass media. Psychological science and education psyedu.ru. 2012. Vol. 4. No. 1. Art. 17. P. 1 – 15.

3. Mironova N.A. The role of the media in forming a culture of trust. The system of values of modern society. 2010. No. 14. P. 310 – 313.

4. Smorgunov L.V. Digitalization and Network Efficiency of State Governance. Political Science. 2021. No. 3. P. 13 – 36. DOI: 10.31249/poln/2021.03.01.

5. Fedorov V.V. Information. Communication. Trust?!: Presentation. Analytical Center of the All-Russian Public Opinion Research Center. 2025. 12 p. URL: https://wciom.ru/fileadmin/user_upload/informacija_kommunikacija_doverie_mediarynok.pdf (accessed: 05.05.2026).

6. Kavanaugh A.L., Fox E.A., Sheetz S.D. [et al.] Social media use by government: From the routine to the critical. Government Information Quarterly. 2012. Vol. 29. No. 4. P. 480 – 491. DOI: 10.1016/j.giq.2012.06.002.

7. Kemp S. Digital 2022: The Russian Federation. DataReportal. 2022. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2022-russian-federation (accessed: 02.05.2026).

8. Luhmann N. Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives. Trust: Making and Breaking Cooperative Relations. Edited by D. Gambetta. Electronic edition. Oxford: Department of Sociology, University of Oxford, 2000. Chapter 6. P. 94 – 107.

Информация об авторах

Дылевский Д.Э., *Московский финансово-юридический университет МФЮА, dylevskiy.danila@bk.ru*

Овруцкий А.В., *кандидат философских наук, доцент, Московский финансово-юридический университет МФЮА*

© Дылевский Д.Э., Овруцкий А.В., 2026

Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 81'42
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-175-181

[1] Карагодская Ю.С., [1] Седова В.К. ***[1] Донской государственный технический университет***

Гендерные особенности и речевые манипуляции в американском блоговом дискурсе: лингвистические индикаторы маркированного поведения

Аннотация: *в статье рассматриваются гендерные особенности речевого поведения в американском блоговом дискурсе. Цель исследования – выявить лингвистические индикаторы маркированного поведения и определить, насколько гендерные стереотипы влияют на выбор языковых средств блогерами. Материалом послужили видеоматериалы каналов шести блогеров (мужчин и женщин), проанализированные на уровне грамматики и лексики. В работе анализируются такие средства, как эмфатические конструкции, восклицательные и незаконченные предложения, разделительные вопросы, пассивный залог, риторические вопросы, термины, модальные элементы, оценочная и стилистически окрашенная лексика. Вопреки традиционным представлениям о различиях мужской и женской речи, результаты исследования демонстрируют, что выбор большинства лингвистических средств обусловлен в первую очередь коммуникативными задачами и форматом блога, а не гендерной принадлежностью говорящего. Авторы приходят к выводу, что гендерные стереотипы в современном блоговом дискурсе проявляются скорее окказионально, а различия в речи между полами носят незначительный характер.*

Ключевые слова: *гендерные особенности, речевые манипуляции, блоговый дискурс, лингвистические индикаторы, грамматические средства, лексические средства, гендерные стереотипы, американский блоговый дискурс*

Для цитирования: Карагодская Ю.С., Седова В.К. Гендерные особенности и речевые манипуляции в американском блоговом дискурсе: лингвистические индикаторы маркированного поведения // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 175 – 181. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-175-181

Поступила в редакцию: 17 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Karagodskaya Yu.S., [1] Sedova V.K. ***[1] Don State Technical University***

Gender features and speech manipulations in American blog discourse: linguistic indicators of marked behavior

Abstract: *article examines gender-specific features of speech behavior in American blog discourse. The study aims to identify linguistic indicators of marked behavior and determine the extent to which gender stereotypes influence bloggers' choice of linguistic means. The material consists of video content from six bloggers (both male and female), analyzed at the grammatical and lexical levels. The study examines such linguistic devices as emphatic constructions, exclamatory and incomplete sentences, tag questions, passive voice, rhetorical questions, terms, modal elements, evaluative vocabulary, and stylistically marked vocabulary. Contrary to traditional views on the differences between male and female speech, the findings show that the choice of most linguistic means is primarily determined by communicative goals and the blog format rather than the speaker's gender. The authors conclude*

that gender stereotypes in contemporary blog discourse tend to manifest occasionally, and differences in speech between genders are insignificant.

Keywords: *gender features, speech manipulation, blog discourse, linguistic indicators, grammatical devices, lexical devices, gender stereotypes, American blog discourse*

For citation: Karagodskaya Yu.S., Sedova V.K. Gender features and speech manipulations in American blog discourse: linguistic indicators of marked behavior. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 175 – 181. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-175-181

The article was submitted: April 17, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Первостепенной задачей блогеров является создание не только информативного, но и политкорректного ресурса. Поскольку многие авторитетные лингвисты придерживаются теории о том, что гендерные различия накладывают определенный отпечаток на речь людей, то мы можем предположить, что формат блогов с одинаковой тематикой, которые ведутся блогерами различной гендерной принадлежности, будет отличаться, следовательно, будет отличаться и подача информации, успешность канала и прочие сопутствующие факторы. Исходя из предположения, что речь мужчин и женщин значительно отличается, мы можем проследить влияние данного фактора на деятельность блогеров, выяснив таким образом его релевантность.

Цели и задачи исследования состоят в анализе видеоматериал каналов шести блогеров в соответствии с частотой употребления следующих средств: эмфатические конструкции, восклицательные предложения, незаконченные предложения, разделительные вопросы, пассивный залог, риторические вопросы, термины и неологизмы, модальные элементы, оценочная лексика, стилистически окрашенная лексика, художественные тропы. Таким образом нам удалось изучить разные уровни языка на предмет гендерной маркированности.

Материалы и методы исследований

Материалом для исследования послужили видеоматериалы шести англоязычных блогов (видеоканалов) американских блогеров, представляющих как мужскую, так и женскую гендерную принадлежность. Отбор каналов осуществлялся по принципу тематической сопоставимости: были выбраны пары блогеров противоположного пола, ведущих каналы на схожие темы. В исследовании анализировались следующие каналы: научно-популярные каналы: *The Science Asylum* (мужчина) и *Physics Girl* (женщина), психологические каналы: *The Psych Show* (мужчина) и *Kati Morton* (женщина).

Общий объём проанализированного материала составил несколько видеороликов по каждому каналу (точное количество и хронометраж в тексте не уточняются). Отбор видео производился с учётом их тематической однородности для обеспечения сопоставимости результатов.

В работе использовался комплекс методов лингвистического анализа, направленный на выявление гендерно маркированных особенностей речи в блоговом дискурсе: метод лингвистического наблюдения и описания, метод количественного анализа, сопоставительный метод, метод контекстуального анализа.

Лингвистические средства, рассматриваемые нами как грамматические стереотипы, чаще всего носили аналитических характер и проявлялись на синтаксическом уровне. Некоторые из них могли быть использованы сознательно для создания специфической стилистической или эмоциональной окраски высказывания. Выбор лексики также зачастую предопределял общую стилистику речи в видео, служил маркерам функционального стиля и обозначал личную позицию говорящего в отношении чего-либо.

Результаты и обсуждения

В ходе данного представленного анализа нам удалось выяснить, что для достижения определенных коммуникативных задач мужчины и женщины используют одни и те же языковые средства.

Подытожим анализ материала и представим статистический анализ лексико-грамматических особенностей речи мужчин и женщин в блоговом дискурсе.

Проанализировав материал, мы можем увидеть, что речь и мужчин, и женщин, в целом довольно схожа с точки зрения использования лексических и грамматических средств. Иными словами, репрезентация гендерных стереотипов в речевом поведении носит, скорее, окказиональный характер, и не оказывает значительного влияния на общее восприятие информации.

Рассмотрев совокупность лексических и грамматических средств, используемых блогерами, мы изучили манифестацию гендерных стереотипов на всех уровнях языка, в том числе, прагматическом и стилистическом.

1. Грамматические языковые средства

1.1. Эмфатические конструкции.

Согласно словарю лингвистических терминов, эмфаза – это «выделение какого-либо элемента высказывания с помощью интонации, повторения, синтаксической позиции» [3]. В то время как в русском языке эмфаза с помощью синтаксической позиции не является особо распространенной из-за свободного порядка слов, в английском языке это один из наиболее продуктивных приёмов языковой выразительности.

Чаще всего этот приём выражает категоричность, позицию уверенности.

Употребление эмфатических конструкций принято считать отражением фемининности речи, однако, проанализировав собранный материал, мы обнаружили, что структуры данного типа используют как женщины, так и мужчины с одинаковой частотой. Особенно часто используются эмфатические конструкции, построенные по следующим образцам:

- The person who / the day when / the reason why etc.

Такая конструкция облегчает восприятие текста, поскольку говорящий указывает непосредственно на ту часть предложения, на которую стоит обратить внимание.

The point is that all you have to do… - этот пример наглядно демонстрирует смещение акцента в высказывании, подчеркивание значимости определённой части.

The cool thing that we are doing today is to understand spinning things, which are everywhere.

- What + sentence

Данная конструкция также предполагает смещения акцента в предложение на конкретную информацию. Например: *What's so scary about panic attacks is the sensations can feel like they are coming out of nowhere.*

В данном примере эмфатическая конструкция призвана подчеркнуть самую страшную часть панических атак, тем самым добавив эмоциональной окраски всему высказыванию.

What the mudspring does is carves up the ground as it travels. – В данном случае эмфаза также добавляет эмоциональности, подчеркивает сенсационность события, о котором говорится в видео.

1.2 Восклицательные предложения.

Традиционно принято считать, что данный тип предложений всегда содержит эмоциональную окраску, поскольку к данным синтаксическим структурам зачастую прибегают для выражения субъективного отношенияк чему-либо. Исследования показывают, что вне зависимости от формальной структуры предложения, в большинстве случаев они носят эмоционально-оценочный характер [7]. То есть, частота использования восклицательных предложений указывает на уровень эмоциональной насыщенности речи. По всей видимости, выражение субъективного восприятия явлений окружающей действительности и демонстрация личной эмоциональной оценки не входила в коммуникативные цели исследуемых блогеров, поскольку к использованию восклицательных предложений прибегали не часто. В большинстве случаев использовались восклицательные побудительные предложения:

Join those groups for good! – в этом примере женщина предлагает зрителям пробовать новые хобби, а данным восклицательным предложением она подбадривает и побуждает зрителей быть более открытыми новому жизненному опыту.

Другие примеры действительно демонстрируют личную реакцию на то, что обсуждается в видео:

Everyone was experiencing the same things!

Восклицания маркируют удивление, причем именно эта эмоция чаще всего передавалась через рассматриваемую синтаксическую структуру.

Те же приёмы используют мужчины:

Go to sleep! It helps everything! – восклицание выделяет побуждение, резюмирующие предыдущее высказывание о важности сна для психологического здоровья.

Abstainers seem to be at higher risk of a whole swath of diseases, including, ironically, liver cirrhosis! – субъективное восприятие изложенной информации выражается лексически (*ironically),* восклицание усиливает эффект удивления.

1.3 Незаконченные предложения.

Незаконченные предложения в речи чаще всего сигнализируют либо неуверенность в своих словах, либо задумчивость и невнимательность, именно поэтому принято полагать, что женщины чаще оставляют предложения незаконченными, так как склонны отвлекаться во время разговора. В исследуемых нами видео данные структуры встречались редко у представителей обоих полов, потому что специфика блогового дис-

курсачаще всего предполагает подготовленную речь и четкое понимание цели коммуникации говорящим. Тем не менее, несколько примеров незаконченных предложений можно было встретить в определенных форматах видео, когда авторы отвечали на спонтанный вопрос или решали отойти от темы. В некоторых случаях незаконченное предложение выступало в роли эллиптической конструкции и использовалось для создания развлекательного элемента и привлечения внимания зрителей:

Could the universe actually be inside of…. No, no, don't be ridiculous. – этот приём был использован блогером-мужчиной, который активно использовал юмористические элементы в своих видео.

And the muon is… oh… the muon was discovered in 1936… - в видео женщины-блогера незаконченное предложение появилось как реакция на внезапный вопрос, примеров стилистического использования данной конструкции не было обнаружено [2].

1.4 Разделительные вопросы.

Разделительный вопрос – это вопрос, состоящий из двух частей: утверждения и краткого общего вопроса. На самом деле данные типы вопросов в речи зачастую являются проявлением вежливости или сигналом для привлечения внимания, поэтому не предполагают прямого ответа.

Использование разделительных вопросов принято считать характерной чертой женской речи. Это связано с общепринятым мнением о том, что женщина в разговоре занимает вторичную позицию, а значит должна производить впечатление неуверенности и искать формального одобрения своих слов даже в тех случаях, когда она уверенна в своей позиции. Между тем, последние исследования, проведенные российскими лингвистами, показывают, что при изучении живой речи значительной диспропорции не обнаруживается. Так, британские мужчины и женщины часто употребляют разделительные вопросы для выражения вежливости, привлечения внимания, в то время как американцы вторую часть структуры заменяют междометием «huh» для передачи иронии или насмешки [6]

В нашем исследовании разделительные вопросы встречались чаще всего в видео о психологии, причем чаще были использованы женщиной.

Например: *We struggle to connect with our bodies, when we are depressed, right?* – конструкции данного типа вызывают у слушателей бессознательную реакцию, отклик, создающий атмосферу живого общения.

Это может быть связано с профессиональной привычкой вести диалог с пациентами, хотя, в видео мужчины разделительные вопросы встречались крайне редко, на основании чего можно сделать вывод, что эта конструкция более характерна для речи женщин.

В видео мужчин разделительные вопросы чаще встречались на канале Ника Люсида, снимающего видео о физике. Как и в случае с незаконченными предложениями, разделительные вопросы он использовал для создания юмористического эффекта:

It's the best I can do, ok?

Достижение вовлеченности для блогеров является непростой задачей ввиду одностороннего характера взаимодействия с аудиторией. Поэтому подобные элементы в речи могут рассматриваться как запрос на подтверждение сказанного, что, в свою очередь является частью межличностной вовлеченности говорящего и слушателя. Это позволяет нам сделать вывод о том, что женщины более ориентированы на собеседника и показывают больше вовлеченности в коммуникацию.

1.5 Пассивный залог.

Многие ученые придерживаются мнения, что употребление пассивного залога более характерно для женской речи в связи с соответствующей пассивной позицией [1]. Известно, что в английском языке пассивный залог следует использовать в случаях если:

- действующее лицо неизвестно или является незначимым для контекста;
- необходимо логически выделить именно объект, над которым совершается действие;
- речь идет об общеизвестной истине.

Принимая во внимание данные теоретические сведения, утверждение о том, что использование пассивного залога связано с более низкой социальной позицией кажется спорным.

В употреблении пассивного залога не было обнаружено значительного дисбаланса. Чаще всего данная конструкция встречалась в научных видео, когда приводились научные справки, зачитывались термины или описывались явления:

Resiliency is defined as the capacity to recover quickly from difficulties or toughness. This "n" is called the refracted index.

В данных примерах пассивный залог является маркером научного стиля речи, что придает большую серьезность излагаемой информации. Несмотря на то, что многие видео носили научный характер, пассивный залог встречался не очень часто, что говорит о тенденции к упрощению материала.

1.6 Риторические вопросы.

Риторический вопрос - речевой приём, представляющий по форме вопрос, нацеленный на эмоциональное усиление содержания и не предполагающий ответа.

Они использовались для того, чтобы привлечь внимание аудитории к особо важной информации или просто, чтобы вовлечь зрителя в «разговор», например: *You know what I mean?*

В других случаях они помогали предугадать вопросы, которые могут возникнуть у зрителей в ходе просмотра видео, например: *Where do we get the idea that alcohol was good for us?* – после чего следовал развернутый ответ.

Но в большинстве случаев риторические вопросы использовались для усиления выразительности речи, в том числе и в видео с научной тематикой: *Could a drug slow down, or even turn back the aging clock? [4]*

2. Лексические языковые средства.

2.1 Термины и неологизмы.

И мужчины, и женщины использовали термины, соответствующие тематике видео, с примерно одинаковой частотой. Тем не менее, в отдельных случаях наблюдался небольшой разрыв, например, при сравнительном анализе каналов о психологии, мы обнаружили, что в речи мужчины терминов было меньше примерно на 8%. Например, в видео женщины чаще встречались термины, которые требовали дополнительного разъяснения: *major depressive disorder, polyvagal theory, hypervigilant;* мужчина редко использовал сложные термины, чаще объясняя их описательно, прибегая к тропам для более наглядного описания: *One of the things that fuels anxiety is uncertainty; the dive reflex is triggered when we are submerged into cold water* [5].

2.2 Модальные элементы.

Для начала следует вспомнить, что российские лингвисты выделяют три семантических типа модальности:

- Модальность недействительности (отрицание действительности в той или иной форме).
- Побудительная модальность (содержит побуждение).
- Модальность предположения (высказывание может быть правдивым с точки зрения говорящего) [8].

Для выражения модальности в речи блогеры чаще всего использовали лексико-синтаксические средства (модальные глаголы):

Something about these molecules must be important;

И лексические средства (модальные слова):

It means that there are probably particles that we don't know of.

Очень часто типы средства выражения модальности смешивались в одном высказывании:

Research in a field called epigenetics suggests it could be possible.

You could call it a highly intuitive person, maybe.

Примерно в 90% случаев модальность в высказывании блогеров носила именно предположительный характер, что позволяет нам сделать вывод о том, что характер рассматриваемых видео был преимущественно нформативным, а модальный элемент при выдвижении гипотез, предложений, изложении неподтвержденных теорий и так далее. Иными словами, модальные элементы помогали блогерам обозначить собственную личность в речи.

2.3 Оценочная лексика.

Известно, что оценочный элемент может содержать две основные характеристики – положительную и отрицательную, поэтому оценочная лексика рассматривается нами в её коннотативном аспекте. В этой связи в блоговом дискурсе наблюдается четкая тенденция к использованию оценочной лексики с положительной коннотацией, например, при описании интересных явлений, хороших событий и т.д:

I decided to stop by the most impressive scientific facility on Earth. – при упоминании научного комплекса, девушка-блогер не говорит в первую очередь о его величине или численности штаба отдельно – совокупность его определяющих характеристик описана словом *impressive,* которое является более веским аргументом для зрителя в пользу того, чтобы остаться на канале и узнать, чем же именно впечатляет комплекс.

Ту же функцию выполняет оценочная единица в следующем примере:

Unbelievably, that's not what they do in most alcohol studies…

Unbelievably здесь передаёт личное отношение, а также служит сигналом о том, что далее последует разъяснение этого «невероятного» обстоятельства.

Стоит сказать, что лексемы подобного типа, выражающие восхищение, удивление, заинтересованность встречались в речи блогеров обоих полов наиболее часто. Однако, в видео также встречались оценочные лексемы с отрицательной коннотацией, например:

We may find ourselves ending relationships over silly or insignificant disagreements. Again, boring name, but descriptive.

В данных примерах основная задача оценочной лексики – передача субъективного отношения к чему-либо.

Стоит упомянуть также о наличии лексем с неопределенным полюсом положительности-отрицательности, например:

Something weird happens…

Giant concrete tunnels run for miles out into the sand.

Они не характеризуют объект ни с положительной, ни с отрицательной стороны, но также выражают эмоциональную оценку, характеризуя предмет как что-то неординарное, достойное внимания зрителя [9].

В ходе анализа частоты употребления оценочной лексики блогерами, нам удалось отметить, что блогеры-мужчины примерно на 10% чаще использовали оценочную лексику с отрицательной или нейтральной коннотацией, в то время как женщины чаще использовали положительную оценочную лексику.

2.4 Стилистически окрашенная лексика.

В большинстве случаев в речи блогеров часто встречались разговорные выражения, однако четкой тенденции обнаружено не было.

Сравнивая каналы The Science Asylum и Physics Girl мы обнаружили, что мужчина чаще использовал сленговые выражения и акронимы: *BAMF, bull nuggets, mind-boggling* и т.д. В данном случае использование подобной лексики можно назвать уместным, поскольку автор канала создает образ «сумасшедшего ученого», поэтому в целом манера подачи информации очень экспрессивная. В то же время при анализе каналов The Psych Show и Kati Morton мы обнаружили, что мужчина сленговые единицы использовал очень редко. Речь женщины в данных парах была приближена к разговорной с помощью использования выражений с фразовыми глаголами, которые имеют более формальные эквиваленты (*gear up, throw off, stress out*) и разговорных выражений (*to hangout, to get nerdy*, space stuff), Али Матту использовал подобные выражения реже примерно на 30%. Исходя из полученных результатов, мы можем предположить, что мужчины более свободно используют сниженную лексику, в то время как женщины придерживаются более нейтральных вариантов, например, в видео The Science Asylum встречалось выражение *what the hell*, а в Physics Girl - *what the heck.* Вместе с тем этот критерий будет во многом зависеть от характера канала и индивидуальных характеристик личности [10].

Выводы

Основной вывод, который нам удалось сделать, заключается в том, что и мужчины, и женщины не особенно отличаются в выборе лингвистических средств для достижения определенных коммуникативных задач. Большинство выделенных лингвистических компонентов использовались в равной степени представителями обоих полов, перевес в одну из сторон зачастую был крайне незначительным. Однако большинство стереотипов здесь были опровергнуты, поскольку мужчины в видео проявляли больше экспрессии, что противоречит основным представлениям о гендерной репрезентации в речи. 40

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что в настоящее время представления о гендерных различиях в речи мужчин и женщин крайне неоднозначны и в данной области существует много белых пятен. Мы полагаем, что данное исследование приблизило нас еще на шаг к более целостному пониманию механизма функционирования гендерных стереотипов и их влиянии на деятельность отдельных индивидов и общества в целом.

Список источников

1. Ганина В.В. Невербальные компоненты коммуникации, отражающие эмоциональные реакции человека: гендерный аспект (на материале англоязычных художественных текстов): дис. … канд. филол. наук: 10.02.04, 10.02.19. Иваново, 2005. 199 с.

2. Горошко Е.И. Гендерные особенности русскоязычного Интернета // Наукові записки Луганського національного університету. 2004. Т. 3. № 5. С. 8 – 30. URL: https://www.textology.ru/public/goroshko1.html/ (дата обращения: 30.03.2026).

3. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. 5-е изд., испр. и доп. Назрань: Пилигрим, 2010. 486 с.

4. Кирилина А.В. Исследование гендера в лингвистических научных дисциплинах // Гендерное образование в системе высшей и средней школы: состояние и перспективы. 2003. С. 132 – 136.

5. Копоть Л.В. Гендерно маркированная лексика в интернет-дискурсе // Вестник Костромского государственного университета. 2024. Т. 30. № 1. С. 177 – 184. DOI: 10.34216/1998-0817-2024-30-1-177-184.

6. Малюга Е.Н. Разделительные вопросы в английском языке: прагматический аспект // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2009. № 3. С. 124 – 128.

7. Паничева П.Н. Структурно-семантические и прагматические характеристики восклицательных предложений в английской диалогической речи (в свете антропоцентрической парадигмы): автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. Ставрополь, 2004. 19 с.

8. Хомутова Т.Н. Модальность в современном английском языке: семантико-функциональный аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 24. С. 138 – 143.

9. Хомутова Т.Н. Система лексико-грамматических средств выражения ирреальной модальности в придаточных предложениях в современном английском языке: дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. М., 1985. 197 с.

10. Zheltukhina M.R., Busygina M.V., Baranova K.M., Ponomarenko E.B. Lexical and grammatical means of expression of dominant assessment in media speech of virtual language personality in blogs: gender aspect // Revista EntreLínguas. 2023. Vol. 16. No. 1. P. 92 – 108.

References

1. Ganina V.V. Non-verbal components of communication reflecting human emotional reactions: gender aspect (based on English-language fiction texts): diss. … cand. philological sciences: 10.02.04, 10.02.19. Ivanovo, 2005. 199 p.

2. Goroshko E.I. Gender features of the Russian-language Internet. Notes of the Luhansk National University. 2004. Vol. 3. No. 5. P. 8 – 30. URL: https://www.textology.ru/public/goroshko1.html/ (accessed: 30.03.2026).

3. Zherebilo T.V. Dictionary of linguistic terms. 5th ed., corrected. and add. Nazran: Piligrim, 2010. 486 p.

4. Kirilina A.V. Gender Research in Linguistic Scientific Disciplines. Gender Education in the System of Higher and Secondary School: Status and Prospects. 2003. P. 132 – 136.

5. Kopot L.V. Gender-Marked Lexicon in Internet Discourse. Bulletin of Kostroma State University. 2024. Vol. 30. No. 1. P. 177 – 184. DOI: 10.34216/1998-0817-2024-30-1-177-184.

6. Malyuga E.N. Tag Questions in English: Pragmatic Aspect. Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Linguistics. 2009. No. 3. P. 124 – 128.

7. Panicheva P.N. Structural-semantic and pragmatic characteristics of exclamatory sentences in English dialogic speech (in light of the anthropocentric paradigm): author's abstract. diss. … cand. philological sciences: 10.02.04. Stavropol, 2004. 19 p.

8. Khomutova T.N. Modality in modern English: semantic-functional aspect. Bulletin of Chelyabinsk State University. 2008. No. 24. P. 138 – 143.

9. Khomutova T.N. The system of lexical and grammatical means of expressing unreal modality in subordinate clauses in modern English: diss. … cand. philological sciences: 10.02.04. M., 1985. 197 p.

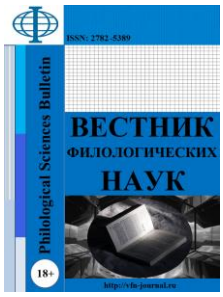
10. Zheltukhina M.R., Busygina M.V., Baranova K.M., Ponomarenko E.B. Lexical and grammatical means of expression of dominant assessment in media speech of virtual language personality in blogs: gender aspect. Revista EntreLínguas. 2023. Vol. 16.No. 1. P. 92 – 108.

Информация об авторах

Карагодская Ю.С. *кандидат филологических наук, доцент, Донской государственный технический университет (ДГТУ), juliya_ja@mail.ru, ykaragodskaya@donstu.ru*

Седова В.К. *преподаватель, Донской государственный технический университет (ДГТУ), vsedova@donstu.ru, lera20001012@mail.ru*

© Карагодская Ю.С., Седова В.К., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.2. Литературы народов мира (филологические науки)
УДК 821.111
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-182-189

[1] Касьянова М.Л.

[1] Пермский государственный национальный исследовательский университет

Грани образа королевы Елизаветы в биографии Дж. Литтона Стрейчи «Королева Елизавета и граф Эссекс»

Аннотация: *в статье исследуется образ королевы Елизаветы I в произведении британского писателя-биографа Джайлса Литтона Стрейчи через призму характерных черт жанра новой биографии. Образ королевы рассматривается как сложная организация, состоящая из нескольких граней характера, при этом делается вывод о разделении этих граней на антагонистичные пары: королева-прагматик и королева-романтик; королева-женщина и королева-Англия, королева-девственница и королева-мать Англии, королева-старуха и королева-красавица; королева как воплощение женственного и мужественного, королева-глава протестантизма и королева, в религии незаинтересованная, королева реальная и королева-образ в глазах подданных, королева «на троне» и королева «в спальне». Цель нашего исследования: изучение психологического портрета королевы Елизаветы через произведение «Королева Елизавета и граф Эссекс» и через призму эпохи. Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи: изучить трансформацию восприятия образа королевы Елизаветы в эпоху Елизаветинства, эпоху Виктоианства и эпоху Эдвардианства; выявить истоки интереса к личности Елизаветы и проанализировать связь королевы Елизаветы и королевы Виктории; выявить особенности жанра новой биографии, созданного Дж. Литтоном Стрейчи, проанализировать проявление жанра в произведении «Королева Елизавета и граф Эссекс». Наше исследование образа королевы Елизаветы I в историко-литературном и сопоставительном контексте может быть продолжено на материале английской литературы XX в. (романы «Влюбленный Шекспир» Э.Берджесса, «Дева в саду» А.С.Байетт, «Орландо» В. Вулф).*

Ключевые слова: *новая биография, «новая женщина», феминизм, Джайлс Литтон Стрейчи, королева Елизавета, королева Виктория, Елизаветинство, Викторианство, образ*

Для цитирования: Касьянова М.Л. Грани образа королевы Елизаветы в биографии Дж. Литтона Стрейчи «Королева Елизавета и граф Эссекс» // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 182 – 189. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-182-189

Поступила в редакцию: 17 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Kasyanova M.L.

[1] Perm State National Research University

Facets of Queen Elizabeth's image in J. Lytton Strachey's biography "Queen Elizabeth and the Earl of Essex"

Abstract: *the article examines the image of Queen Elizabeth I in the work of the British biographer Giles Lytton Strachey, the image is analyzed through the prism of the characteristic features of the genre of the New Biography.*

The image of the queen is considered as a complex organization consisting of several facets of character, and it is concluded that these facets are divided into antagonistic pairs: the pragmatic queen and the romantic queen; the queen as a female and the queen as a personification of England, the virgin queen and the queen mother of England, the old queen and the beautiful queen; the queen as the embodiment of the feminine and masculine, the queen as the head of Protestantism and the queen that is not interested in religion, the real queen and the queen in the eyes of the people, the queen "on the throne" and the queen "in the bedroom". The aim is to study the psychological portrait of Queen Elizabeth through the work "Queen Elizabeth and Essex" and through the prism of the era. To achieve this goal, it is necessary to perform the following tasks: to study the transformation of perception of the image of Queen Elizabeth in the Elizabethan era, the era of Victorianism and the Edwardian era; to identify the origins of interest in Elizabeth's personality and to analyze the relations between Queen Elizabeth and Queen Victoria; to identify the features of the genre of the New Biography created by G. Lytton Strachey, to analyze the manifestation of the genre in the work "Queen Elizabeth and Essex". Our research of the image of Queen Elizabeth I in a historical, literary and comparative context can be continued on the basis of English literature of the 20th century (novels "Nothing Like the Sun" by A. Burgess, "The Virgin in the Garden" by A.S. Byatt, "Orlando" by V. Woolf).

Keywords: *new biography, New Woman, feminism, Giles Lytton Strachey, Queen Elisabeth, Queen Victoria, Elizabethanism, Victorianism, image*

For citation: Kasyanova M.L. Facets of Queen Elizabeth's image in J. Lytton Strachey's biography "Queen Elizabeth and the Earl of Essex". Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 182 – 189. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-182-189

The article was submitted: April 17, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Человечество всегда проявляло интерес к частной жизни. Особое любопытство вызывали и продолжают вызывать подробности жизни людей известных – тех, кто находится вне социального круга обывателя; тех, чья жизнь, как нам кажется, должна отличаться от нашей. История человечества состоит из этапов, которые условно можно разделить на «этап кризиса» и «этап стабильности». Неспокойные времена рождают в национальном сознании чувство неопределенности: Кто мы? Куда мы идем? Что ждет нас в будущем? – к этим и подобным вопросам рано или поздно приходит человек, пытаясь справиться с давлением кризисного периода – здесь на помощь приходит историческая память. Через обращение к историческим корням общество пытается найти свою идентичность и на этой основе спрогнозировать свое будущее.

Кризис – это «критическая точка развития социальной системы и начало быстрых изменений» [5, с. 6], это переломный этап общественной жизни, побуждающий население страны обратиться к прошлому. Начало XX века как раз и стало таким кризисным этапом в жизни британского общества, временем рождения «нового человека» [2, с. 224]: завершилась «чопорная» эпоха Викторианства; технический прогресс и связанная с ним урбанизация многократно ускорили темп жизни народа; труды Ч. Дарвина и К. Маркса, З. Фрейда и К. Юнга отдалили человека от божественного начала и сделали существом приземленным, обыденным, сугубо биологическим [1, с. 183]. События Первой мировой войны, как отмечают исследователи [1, 2, 3], стали основной причиной появления жанра «новой биографии» (New Biograhy) и, что немаловажно, интереса к женской сущности в истории. На рубеже XIX-XX вв. в жизни женской половины британского общества произошел ряд весьма значимых событий, среди которых формирование суфражистского движения; получение замужними женщинами права на владение собственным имуществом и отход от правового «принципа покровительства», а также неизбежно последовавшее за этим утверждение женского избирательного права [7, с. 163]. Еще одно интересное и важное обстоятельство: эпохе развития жанра новой биографии предшествовала эпоха Викторианства – время, названное в честь правительницы – женщины – но при этом женщины консервативной, призывающей к соблюдению патриархального уклада и христианской морали – и вот эта патриархальная, «мужская» эпоха, названная, тем не менее, в честь женщины и созданная и определенная женщиной, сменяется временем «новых женщин» (New Woman), бросивших вызов викторианской концепции истинной женственности.

Одним из центральных вопросов в дискурсе о «новой женщине» XX века был вопрос брака. Замужество воспринималось как форма угнетения. Новая женщина не просто критиковала викторианский брак, но и оспаривала основания, на которых брак строится [6, с. 127]. Новая женщина не соответствовала стандартам викторианской эпохи в той же мере, что и викторианская женщина не соответствовала стандартам нового

времени. Но является ли новая женщина действительно «новой»? Борется ли она с патриархальными нормами прошлого в целом, или борьба ведется только с патриархальностью Викторианства? Для ответа на эти вопросы нам придется «вернуться» в XIX век.

Королева Виктория взошла на престол в 1837 году. Юная и прекрасная, неопытная, еще не обладающая собственным авторитетом, еще не успевшая выйти замуж – придворные были очарованы ею, но далеко не сразу сформировали мнение о Виктории как о самостоятельной личности. В первое время народное сознание уподобило Викторию ее куда более известной на тот момент предшественнице – Елизавете. Правители-женщины в истории Англии встречались нечасто, поэтому между двумя королевами – старой и новой – неизбежно была проведена параллель. Предполагалось, что Виктория станет новым воплощением Елизаветы, могучей правительницей империи. Британский политик Джон Стюарт Милль полагал: если Виктория возьмет на себя бразды правления, ей придется перенять качества Елизаветы, ибо без них Виктория будет «ничем» [10, с. 148]. Однако сама Виктория считала свою предшественницу нецеломудренной и нескромной. В результате возник парадокс: народ видел связь между двумя королевами, что привело к росту интереса к личности Елизаветы, но сама Елизавета едва ли соответствовала образу идеальной викторианской женщины.

В XIX веке вышло множество биографий, посвященных королеве-девственнице. Среди них, например, «Записки о дворе королевы Елизаветы» (Memoirs of the Court of Queen Elizabeth, 1818) Люси Эйкин, «Романтическая биография эпохи Елизаветы» (Romantic Biography of the Age of Elizabeth, 1842) Уильяма Кука Тейлора, «История королевы Елизаветы» (History of Queen Elizabeth, 1849) Джейкоба Эбботта, «Королева Елизавета» (Queen Elizabeth, 1892) Эдварда Спенсера Бисли. Художники тоже вдохновлялись образом Глорианы, их картины можно разделить на три вида: 1. Елизавета в образе викторианской дамы, например, в работах Чарльза Роберта Лесли, таких как «Первомайские гулянья во времена королевы Елизаветы» (May day Revels in the Time of Queen Elizabeth, 1821) и «Лорд Уильям Сесил сообщает принцессе Елизавете новость о ее восшествии на престол» (Lord William Cecil giving the news of her accession to Princess Elizabeth, 1840-е) [10, с. 149], или на картине Эндрю Ширбума «Сэр Уолтер Рэли расстилает плащ перед королевой» (Sir Walter Raleigh laying down his cloak for the Queen, 1875) [10, с. 152]; 2. Елизавета на смертном одре, например, на картине Дэвида Уинфилда «Случай из жизни королевы Елизаветы» (Incident in the Life of Elizabeth, 1875) [10, с. 160], картине Пола Делароша «Смерть Елизаветы I, королевы английской» (The Death of Queen Elizabeth, 1827) [10, с. 182] или на картине Августа Леопольда Эгга «Королева Елизавета выясняет, что уже не молода» (Queen Elizabeth Discovers She Is No Longer Young, 1848) [10, с. 162] – название картины звучит как издевка – блистательная Глориана состарилась и наконец-то столкнулась с реальностью; «она могла бы одолеть Испанскую Армаду, но испугалась собственных немощей» (“She could defy the Spanish Armada, but she was afraid of her own infirmities”) [10, с. 163] – эти слова как нельзя лучше показывают отношение викторианцев к личности Елизаветы; 3. детство королевы, например, «Королевские ясли» (The Royal Nursery in 1538) [10, с. 171] художника Маркуса Стоуна, написанная в 1871 году. Три вида изображений – три ипостаси Елизаветы: перед мысленным взором англичанина-викторианца правительница представала либо скромной англичанкой-викторианкой, что никак не могло быть правдивым изображением, либо в качестве одной из крайностей – в образе невинного (в том числе и в сексуальном плане) ребенка или в образе старой девы, находящейся при смерти.

Викторианцы разделили изображение Елизаветы на две составляющие – «национальную и сексуальную» (“national and sexual”) [10, с. 153], и если «национальный» образ королевы в целом соответствовал морали того времени, то от сексуальной составляющей жизни Елизаветы попытались избавиться – ребенок или старуха – вот и все, что было дозволено правительнице; жизни между детством и старостью будто бы вовсе не существовало. И даже как монарх Елизавета не смогла вписаться в викторианские рамки: да, она была девственницей, но женщина XIX века была в первую очередь женой и матерью, правителем мог быть только мужчина, а женщина, даже если она королева, была всего лишь придатком. Если королева Виктория полностью соответствовала образу викторианской женщины (что неудивительно), то Елизавета, даже будучи старой девой, была «слишком женственной в своих пороках» ив то же время «возмутительно неженственной», ибо не выпустила из рук абсолютную власть: “All too feminine in her vices, Elizabeth was nevertheless culpably unwomanly because, instead of refusing political power in favour of exerting an uplifting, softening influence, she had retained absolute executive authority” [10, с. 154]. Викторианское общество отказывало женщинам вправе быть властными и самодостаточными. Если королева стремилась руководить страной единолично – это означало, что она отказывается от своей женской сущности, становится «королем в юбке». Общество XIX века, даже при всей своей любви к Елизавете I (а она действительно была любима и почитаема за политические заслуги), не могло смириться с «нецеломудренностью» и властолюбивостью

Глорианы, в результате даже ее прославленная девственность стала восприниматься не как добродетель, а как проявление эгоистичности, лицемерия и порочности. Исследователи Майкл Добсон и Никола Уотсон иронично подмечают: Елизавету вполне можно было бы «понизить» и переименовать из «девственной» в «полуцеломудренную» (“half-chaste”) [10, с. 154].

И вот наступил Новый Век. Политическая и социальная нестабильность, слом привычных устоев и появление «новых» людей и одновременно интерес к прошлому и потребность найти свои корни – противоречивые требования противоречивого времени. «Новая» биография стала ответом на вопросы британского общества. Она одновременно «боролась» с идеализированной викторианской биографией, стремилась представить историческую личность «под другим углом» и в то же время создавала новый образ исторической личности, который со временем становился каноничным. Герой новой биографии был человеком – именно человеком, а не морализаторской функцией. Биографический жанр перешел на новый уровень, и новая биография стала предшественницей современной биографии. Писателей того времени интересовал вопрос о субъективности истории и оценке истинности исторических исследований. Личность и субъективное восприятие личности сливаются воедино в сознании писателей-модернистов. По мнению Марьям Тирриард, в новой биографии личность исторической фигуры превращается в важный сюжетный элемент, двигающий повествование вперед [13].

Творчество Джайлса Литтона Стрейчи (Giles Lytton Strachey 1880–1932) подтверждает это предположение: герои его биографий являются центром повествования. Автор сосредотачивается на внутреннем мире своих персонажей, стремится приблизить историческую фигуру к современному читателю. Создается особый стиль повествования – свободный, эмоциональный, «близкий к эссеистическому» [9, с. 77]. Литтон Стрейчи знакомит нас с людьми далекого прошлого через сарказм и иронию, с помощью которых указывает на противоречивость как отдельной личности, так и времени, в котором эта личность провела свою жизнь. Не обходится, конечно, и без авторской интерпретации, что в той или иной степени свойственно любому произведению.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования служит биографическое произведение Джайлса Литтона Стрейчи «Королева Елизавета и граф Эссекс» (Queen Elizabeth and Essex, 1928). В рамках исследования применяются биографический метод, метод герменевтического и литературоведческого анализа, текстологический метод, культурно-контекстуальный метод.

Результаты и обсуждения

Произведение «Queen Elizabeth and Essex» представляет собой историю отношений Елизаветы I Тюдор и ее фаворита Роберта Девере, графа Эссекса. В таком неоднозначном выборе темы видится борьба с каноничным «викторианским» образом Елизаветы – вместо сокрытия интимных подробностей своей героини, Литтон Стрейчи делает их центральной темой повествования.

По мнению З. Фрейда, человек неспособен осознавать свое поведение в полной мере. Человек подчинен бессознательному, человеческую психику определяет вечная борьба между силами инстинкта, рассудка и сознания [4, с.144-145]. В произведении Литтона Стрейчи герои ведут свою жизнь через эмоции. Елизавета жаждет в первую очередь эмоциональной близости, близость физическая не просто не интересует, но даже пугает королеву. Современники выдвигали версию о физическом пороке, не дающем Елизавете вступать в интимную близость и, как следствие, иметь детей, однако Стрейчи называет эту теорию «грубой» и предполагает наличие у своей героини вагинизма: «в таких делах» – пишет автор – «дух участвует ничуть не меньше плоти. Глубоко коренящееся отвращение к решающему акту соития может произвести, когда он надвигается, ряд истерических конвульсий, сопровождаемых в иных случаях нестерпимой болью. Все нас толкает к выводу, что в результате ранних потрясений Елизавета страдала именно таким расстройством» [8, с. 33] – примечательно, что теорию о физическом недостатке Литтон Стрейчи не только сразу отметает, но и говорит о грубости таких умозаключений – он как будто пытается защитить Елизавету от нападок, не дать возможности отобрать у нее ее женственность – физический порок такого плана вылечить было бы невозможно, в этом случае королева действительно была бы неполноценна как женщина, но душевная травма, перекрывающая доступ к простым женским радостям – дело более тонкое и поддающееся исцелению при должном старании. При этом Стрейчи указывает на противоречивое отношение Елизаветы к вопросам секса: «она ненавидела самое мысль; но тем не менее играла ею» [8, с. 33-34]. Интимная близость одновременно пугает и притягивает Елизавету своей неизвестностью. Страх не позволяет ей довести дело до конца, но раскрепощенный ум делает королеву страстной, толкает ее в объятия фаворитов, заставляет молодиться и флиртовать. Елизавета – девственница и развратница, для которой физическая близость одновременно ужасна и прекрасна, отвратительна и крайне притягательна.

Из-за психологической скованности Елизавета неосознанно заменяет физические отношения эмоциональными, она почти «питается» любовью и обожанием: «...не то чтобы льды целомудрия сковывали сердце королевы... Природа наделила ее неодолимой влюбчивостью, всегда заметной и порой конфузной. Великолепие мужских фигур ее вгоняло в сладкий трепет» [8, с. 32]. Это описание совершенно не вяжется с образом престарелой девственницы, и Литтон Стрейчи с удовольствием погружает читателя в мир ее «глупых розовых фантазий» [8, с. 35] (“absurd, rose-tinted fantasies”) [12, с. 27] и ничуть не укоряет свою героиню за легкомыслие.

Эпоху, в которой довелось жить Елизавете, автор описывает как век барокко, противоречивое время, когда слились воедино наивность и лукавство, утонченность и грубость, набожность и разврат. И конечно же самой противоречивой частью того времени были люди. «Противоречивость елизаветинцев выходит за все человеческие рамки» – пишет автор, и здесь важная деталь – люди той эпохи – не просто население страны, не просто Англичане, именно «елизаветинцы» – как бы люди, связанные с Елизаветой. Люди, жизнь которых как будто бы определяет сама королева, «задает темп» и образ жизни своим подданным. И далее в произведении мы видим этому подтверждение: Елизавета названа «высшим проявлением елизаветинства». Описывая эпоху, биограф указывает на одну деталь: «за избыточным оформлением не различить тонких, скрытных линий внутреннего плана» [8, с. 22], и вот что интересно – похожим образом описывается и королева: «всё в ней сбивало с толку неслыханным разладом между истинным и кажущимся. Под хитрым замыслом убора – гигантский кринолин, пышные рукава, несметность жемчугов – под всем этим убранством терялась форма женщины и вместо неё мужчины видели образ королевства, каким-то чудом обернувшегося живой женщиной» [8, с. 23]. Литтон Стрейчи отмечает, что образ Елизаветы в сознании как современников, так и потомков во многом был схож с образом самой эпохи – внешняя роскошь, помпезность и даже некая разнузданность сочеталась с жёсткой дисциплиной, однако внутреннее наполнение часто оставалось вне внимания людей, и поэтому автор иронично подмечает: у Елизаветы-правительницы столь же мало общего с подлинной Елизаветой, сколь у Елизаветы облачённой и Елизаветы голой. Королева «на троне» и королева «в спальне» – одна и та же женщина, но лишь одно из ее обличий осталось в памяти поколений, второе навсегда осталось лишь в глубине ее души.

Современники и потомки видели ее непобедимой героиней, Литтон Стрейчи неоднократно упоминает о нерушимом авторитете Глорианы, но при этом указывает на неоднозначность ее героичности. По его мнению, Елизавета преуспевала благодаря коварству, гибкости и медлительности – качествам, совершенно не героическим, но свойственным ее личному героизму. Королева являла собой сочетание «мужественности и женственности, мощи и извилистости, настойчивости и непостоянства» [8, с. 24] (“mixture of the masculine and the feminine, of vigour and sinuosity, of pertinacity and vacillation”) [12, с. 12], однако управлять государством ей помогало совершенно неожиданное качество – медлительность. Королева тянула время, избегала твердых решений, изворачивалась и адаптировалась. Иногда она поддавалась порыву и делала решительный шаг, но тут же яростно открещивалась и отрекалась от своего решения, а потом, не менее яростно, открещивалась от собственного отречения. Автор связывает такую особенность с внутренней женственностью своей героини и высказывает предположение о том, что спасло Елизавету переплетение женских и мужских качеств: женская нерешительность, плутовство и увертливость помогли ей не ввязываться в разрушительные войны, а мужская отвага позволяла противиться чужому влиянию – можно сказать, что мужественность и женственность сплелись в королеве более чем гармонично – в этом снова видится попытка автора доказать, возможно, в первую очередь – викторианцам, что «мужские» черты не делают королеву «недо-женщиной», а наоборот, только подсвечивают ее женскую сущность.

Однако для самой Елизаветы вопрос о собственной сущности явно был больной темой: возраст постепенно брал свое, королева неизбежно старилась и осознавала это – что бы ни думали на этот счет викторианцы – но жажда любви с годами только росла. В попытках заполнить внутреннюю пустоту Елизавета «охотилась, танцевала до упаду, часами стояла на ногах» [8, с. 30] и в целом была крепкой, хотя нелегкое детство навсегда оставило свой отпечаток: ее мучили ревматизм и мигрени, язва терзала ее годами, череда «незначительных» (“minor”) – по мнению Литтона Стрейчи – болезней порой надолго приковывала королеву к постели. И все же Елизавета спешила жить. Она обожала балы, потому что они давали ей возможность на краткий миг почувствовать себя молодой и желанной. Если от сверстников Елизавета не требовала ничего, «кроме безоглядной преданности» [8, с.34], то от юношей ей была нужна пылкая влюбленность. Чем больше увядала красота, тем ярче становилась внешность и тем усерднее королева добивалась мужского внимания: кокетничала, шутила и непринужденно беседовала. «Под сенью странного двора цвели парадокс и неизвестность. Ступая в золотом сиянье нимба, богиня его была старуха (“old creature”) [12, с. 27], фантастически разодетая, с рыжими крашеными волосами и бледным «темнозубым ликом» (“long blackening

teeth"), которым круто правил нос, а глаза были вместе глубоко посажены и выпрыгивали из орбит – свирепые, страшные, – и в синем омуте этих глаз пряталось неистовство, почти безумие ("almost maniacal"). Она ступала – странное воплощение высших сил; а Счастие и Рок ступали следом» ("and Fate and Fortune went with her") [12, с. 27, 8, с. 36]. Очень неоднозначное описание. Автор вовсе не отказывает своей героине в красоте, он пишет, что в юности Елизавета была очаровательной девушкой и в зрелости долго оставалась привлекательной женщиной, а природный магнетизм действительно очаровывал мужчин куда более младшего возраста: «стоя перед ней, мужчина чувствовал близость нездешних сил» [8, с. 35] – в этом заключался секрет Глорианы. И все же старость мучила Елизавету. Да она женщина, но девственная и к тому же старая, мечтающая о любви, но так и не познавшая ее. В такие моменты Елизавету переполняло разочарование, но она успокаивала себя мыслью: «я больше чем женщина. Но кто тогда я? Уж не мужчина ли?» – она оглядывала придворных, улыбалась и делала вывод: она хозяйка этих мест. Она – полноправная владычица, и эти люди принадлежат ей, но сама она не принадлежит никому, она свободна.

Образ владычицы многогранен. Елизавета – не просто королева, она – глава протестантизма, но лишь в глазах народа. Литтон Стрейчи подмечает: было в ней что-то дьявольское, некий «зловещий штришок» [8, с. 27], но не более того, хотя темная сторона ее души то и дело норовила высунуться наружу, например, королева «ненавидела» войны. Ненависть – очень сильная эмоция, но вызвана она была вовсе не сентиментальными чувствами, а простым соображением: «войны разоряют», при этом когда ее фаворит, граф Эссекс, был ранен на дуэли, Елизавета не испугалась и не расстроилась, наоборот, «мысль, что из-за ее красоты пролилась кровь, ее приводила в восхищение» [8, с. 44]. Конечно, то была не жестокость, а свойственная королеве жажда эмоций. Сара Гриствуд полагает, что личные отношения Елизаветы и Эссекса породила не только мимолетная страсть стареющей женщины к молодому привлекательному мужчине, но и память о бывшем фаворите королевы, графе Лестере, приемным сыном которого являлся Эссекс – в этом смысле тяга к графу Эссексу обусловлена подсознательным желанием королевы почувствовать себя матерью [11]. Впрочем, как признает сама исследовательница – все это лишь предположения, и, если и было у Елизаветы такое почти «инцестуальное» чувство к своему фавориту, она унесла эту тайну с собой в могилу.

Джайлса Литтона Стрейчи тоже интересовал образ королевы Елизаветы как женщины-матери, но он понимал этот образ более глобально. Автор сравнивает свою героиню со «старой и грозной» наседкой ("fierce old hen"), которая высиживает «кипучую английскую нацию» ("English nation, whose pullulating energies were coming swiftly to ripeness and unity under her wings") [8, с. 27, 12, с. 16]. Наседку переполняет жизнь, она сосредоточена и терпелива, но готова «ощетиниться каждым перышком», если народу под ее крылом грозит опасность. Здесь снова появляется слово «старая», но оно не звучит уничижительно. Наоборот, оно скорее призвано указать на опыт и мудрость правительницы. В результате Елизавета раскрывает свою женскую сущность в полной мере: становится матерью всей Англии, а может быть и самой Англией, поскольку страна тоже в некотором роде может считаться «матерью» народа, и в этом опять видно сближение образов государства и правителя. Народ, те самые «елизаветинцы», напрямую зависят от неё и её защиты, но и Елизавета тоже зависит от народа, т.к. правитель не может существовать без подданных, а государство не может существовать без людей.

Выводы

В эпоху королевы Виктории образ Елизаветы искусственно подгонялся под нормы викторианской морали, королева представала перед англичанами на двух этапах своей жизни: в детстве и старости. Эти образы, на первый взгляд абсолютно противоположные, на самом деле преследовали одну цель: показать Елизавету как неженственную, мужеподобную, вечно нефертильную правительницу – девочка еще не успела стать женщиной, а старуха уже перестала ею быть – в результате Елизавета представала в образе *неполноценной* женщины: незамужняя и бездетная, воспринимающая брак как ограничение в свободе, самостоятельная и независимая. Королева Виктория – напротив – живое воплощение викторианства – традиционная женщина, жена и мать, находящаяся «за мужем». В Эдвардианскую эпоху и сразу после нее роль женщины в обществе претерпевала серьезные изменения. Появилась концепция новой *полноценной* женщины – эмансипированной, выступающей против замужества и воспринимающей брак как ущемление прав и пережиток прошлого. Королевы поменялись ролями: теперь уже Елизавета была эталоном эпохи, а Виктория не подходила под стандарт.

Несмотря на стремительное развитие общества во всех сферах, человек XX века оказался в центре водоворота событий, которые пошатнули его представления о величии британской нации, человеческой сущности и идей гуманизма. В этой непростой обстановке естественным решением оказалось обращение к истории через биографические произведения. Жанр *новой* биографии, предназначенный для *новых* людей *новой* эпохи, противопоставил себя традиционной викторианской биографии и предложил читателю *нового* био-

графического героя – живого, эмоционального и психологически понятного и близкого человека. Джайлс Литтон Стрейчи приближает Елизавету к образу «новой женщины», он признает ее «мужественную» сторону, но не отказывает ей в женственности. Благодаря образности, яркости и насыщенности авторского языка, королева раскрывается перед читателем как близкий по духу человек, более того – как женщина.

Писатель создает многогранный образ, который можно разделить на несколько ипостасей: Елизавета-королева; Елизавета-мать нации и Елизавета-старая дева; Елизавета-женщина – при этом женщина, являющаяся тонкой и ранимой натурой и дьявольской сущностью, старухой и юной обворожительной красавицей – все это разные стороны женской натуры, и все они одновременно сосуществуют в гармонии и проявляют антагонизм по отношению друг к другу – и Елизавета-Англия; Елизавета «одетая» и Елизавета «обнаженная». Все эти образы противоречивы, королева одновременно прагматична и романтична, она жаждет любви, внимания и телесной близости, но в то же время все это вызывает у нее отвращение, ее желания затмевают чувство долга, подсознание берет верх над разумом, но это лишь делает ее еще более человечной.

Список источников

1. Белавина А.А. Современные биографические исследования: методологические поиски и новые подходы // Вестник НАСА. 2018. С. 180 – 189.
2. Вишнякова А.В. Особенности литературного процесса Великобритании начала XX века // E-Scio. 2021. № 3 (54). С. 223 – 229.
3. Давлетгараева Н.А. Жанр литературной биографии в практике школьного преподавания. Екб., 2016. 53 с.
4. Дрожжина А.Э. Модеристский роман в свете психологических концепций личности 1890-1920 гг. («Орландо» В.Вулф) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 7. Литературоведение. 2023. № 1. С. 141 – 151.
5. Леопа А.В. Историческое сознание и кризисный социум: монография. Москва: Спутник+, 2013. 229 с.
6. Метлова Т.А. «Новая женщина» и гендерный кризис в Великобритании рубежа XIX-XX вв. // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014. № 1 (39). Ч. II. С. 126 – 129.
7. Смирнов Е.Р. Идеология гендерного равенства и эволюция английского законодательства о правах женщин в XIX – начале XX вв. // вестник ННГУ им. Н.И. Лобачевского. 2021. № 4. С. 159 – 164.
8. Стрэчи Л. Королева Елизавета и граф Эссекс. М.: Exlibris, 1992. 251 с.
9. Ходинская М.В. Эволюция жанра биографии в английской литературе: от агиобиографии к геобиографии // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия А. Гуманитарные науки. 2023. № 3. С. 75 – 79
10. Dobson M., Watson N.J. England’s Elizabeth. An Afterlife in Fame and Fantasy. Oxford: Oxford University Press, 2002. 348 p.
11. Sarah Gristwood Elizabeth and Essex: the Deadly Game of Courtly Love, 2021. URL: https://tudortimes.co.uk/guest-articles/elizabeth-and-essex (дата обращения: 18.04.2026).
12. Strachey G.L. Queen Elizabeth and Essex: A Tragic History // Harcourt, Brace and Company. New York, 1928. 296 p.
13. Thirriard M. Virginia Woolf, Lytton Strachey, Harold Nicolson and the Aesthetics of the Subject in the New Biography // Études britanniques contemporaines, 2021. № 60. URL: https://journals.openedition.org/ebc/10373?lang=en#bibliography (дата обращения: 17.02.2026).

References

1. Belavina A.A. Modern biographical studies: methodological searches and new approaches. NASA Bulletin. 2018. P. 180 – 189.
2. Vishnyakova A.V. Features of the literary process in Great Britain at the beginning of the 20th century. E-Scio. 2021. No. 3 (54). P. 223 – 229.
3. Davletgaraeva N.A. The genre of literary biography in the practice of school teaching. Ekaterinburg, 2016. 53 p.
4. Drozhzhina A.E. The modernist novel in light of psychological concepts of personality of the 1890–1920s ("Orlando" by W. Woolf). Social and Humanitarian Sciences. Domestic and Foreign Literature. Series 7. Literary Criticism. 2023. No. 1. P. 141 – 151.
5. Leopa A.V. Historical consciousness and a society in crisis: monograph. Moscow: Sputnik+, 2013. 229 p.

6. Metlova T.A. “The New Woman” and the gender crisis in Great Britain at the turn of the 19th and 20th centuries. Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art criticism. Theoretical and Practical Issues. 2014. No. 1 (39). Part II. P. 126 – 129.

7. Smirnov E.R. Ideology of gender equality and the evolution of English legislation on women’s rights in the 19th – early 20th centuries. Bulletin of the Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod. 2021. No. 4. P. 159 – 164.

8. Strachey L. Queen Elizabeth and the Earl of Essex. Moscow: Exlibris, 1992. 251 p.

9. Khodinskaya M.V. The Evolution of the Biography Genre in English Literature: From Hagiobiography to Geobiography. Bulletin of Polotsk State University. Series A. Humanities. 2023. No. 3. P. 75 – 79.

10. Dobson M., Watson N.J. England’s Elizabeth. An Afterlife in Fame and Fantasy. Oxford: Oxford University Press, 2002. 348 p.

11. Sarah Gristwood Elizabeth and Essex: the Deadly Game of Courtly Love, 2021. URL: https://tudortimes.co.uk/guest-articles/elizabeth-and-essex (accessed: 18.04.2026).

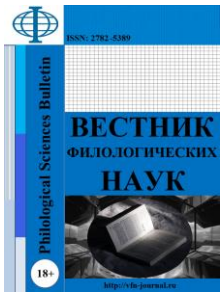
12. Strachey G.L. Queen Elizabeth and Essex: A Tragic History. Harcourt, Brace and Company. New York, 1928. 296 p.

13. Thirriard M. Virginia Woolf, Lytton Strachey, Harold Nicolson and the Aesthetics of the Subject in the New Biography. Études britanniques contemporaines, 2021. No. 60. URL: https://journals.openedition.org/ebc/10373?lang=en#bibliography (accessed: 17.02.2026).

Информация об авторах

Касьянова М.Л., *Пермский государственный национальный исследовательский университет*

© Касьянова М.Л., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 316.774
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-190-196

[1] Качко С.С.

[1] Южно-Уральский государственный университет

Медиаобраз региона в контексте визуального контента интернет-СМИ

Аннотация: *в статье рассматриваются особенности визуальной репрезентации медиаобраза индустриального региона – Челябинской области в интернет-СМИ. Исследуется значимость визуального контента как самостоятельного компонента медиатекста, участвующего в интерпретации события, расстановке смысловых акцентов и формировании представлений аудитории о региональной действительности. Исследуется вопрос соотношения тематического содержания изображения и способов его визуальной подачи, а также специфика использования различных композиционных и стилистических приёмов в новостных материалах регионального интернет-СМИ. Методология исследования представлена сочетанием количественного контент-анализа, элементов визуального анализа и сопоставительного метода. При изучении материала выборки, применён подход, основанный на анализе содержательных характеристик визуального материала и способов его композиционной организации. Результаты исследования позволяют установить доминирующие модели визуального представления региона в интернет-СМИ, выявить наиболее значимые тематические категории и определить особенности их подачи в медиапространстве. Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных выводов в дальнейшем в изучении медиаобраза региона и анализе визуальной стратегии интернет-СМИ.*

Ключевые слова: *визуальная репрезентация, интернет-СМИ, медиаобраз региона, визуальный контент, индустриальный регион, новостные публикации*

Для цитирования: Качко С.С. Медиаобраз региона в контексте визуального контента интернет-СМИ // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 190 – 196. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-190-196

Поступила в редакцию: 18 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Kachko S.S.

[1] South Ural State University

The media image of the region in the context of the visual content of online media

Abstract*: the article examines the features of the visual representation of the media image of an industrial region, namely the Chelyabinsk Region, in online media. It explores the significance of visual content as an independent component of a media text that participates in the interpretation of events, the arrangement of semantic emphases, and the formation of the audience's perceptions of regional reality. The study focuses on the relationship between the thematic content of an image and the ways it is visually presented, as well as on the specific use of various compositional and stylistic techniques in news materials of a regional online media outlet. The research methodology is based on a combination of quantitative content analysis, elements of visual analysis, and the comparative method. In analyzing the sample, the study applies an approach based on the examination of the semantic characteristics of visual material and the ways of its compositional organization. The findings make it possible to identify the dominant models of the visual representation of the region in online media, reveal the most significant*

thematic categories, and determine the specific features of their presentation in the media space. The practical significance of the study lies in the possibility of using its conclusions in further research on the media image of the region and in the analysis of the visual strategies of online media.

Keywords: *visual representation, online media, media image of the region, visual content, industrial region, news publications*

For citation: Kachko S.S. The media image of the region in the context of the visual content of online media. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 190 – 196. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-190-196

The article was submitted: April 18, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Визуальный контент интернет-СМИ в настоящее время играет значимую роль в формировании представлений аудитории о регионе, его социальных процессах, организации и доминирующих общественных темах. Это обусловлено тем, что изображение в структуре медиатекста не только сопровождает новостное сообщение, но и участвует в интерпретации события, задаёт характер его восприятия, акцентирует внимание на определённых объектах, людях и ситуациях. Особую значимость такой подход приобретает в контексте исследования медиаобраза Челябинской области, как индустриального региона, поскольку в этом случае важно установить, какие именно визуальные сюжеты становятся центральными и каким образом через них конструируется образ территории в региональном интернет-СМИ.

В современных исследованиях проблема медиаобраза рассматривается в связи с представлением о том, что средства массовой информации не только отражают реальность, но и интерпретируют её, формируя определённый смысловой фон. Визуальная составляющая публикаций приобретает самостоятельную аналитическую значимость, а изучение невербального компонента медиатекста позволяет более точно определить, какие тематические и композиционные модели используются в репрезентации региона.

Исследование визуальной репрезентации медиаобраза индустриального региона по материалам ведущего интернет-СМИ представляется актуальным и требует отдельного рассмотрения.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей визуальной репрезентации медиаобраза в публикациях регионального интернет-СМИ.

Для достижения поставленной цели в ходе исследования решается ряд задач, среди которых определение доминирующих тематических визуальных категорий, анализ визуальной подачи материалов, а также сопоставление основных категорий изображений с используемыми приёмами визуализации.

Объектом исследования является визуальный контент публикаций интернет-СМИ, а предметом – особенности визуальной репрезентации медиаобраза Челябинской области в новостных материалах 1obl.ru.

Процесс формирования визуальной репрезентации рассматривается в современных исследованиях в тесной связи с представлением о том, что средства массовой информации не только фиксируют событие, но и интерпретируют. Например, Е.Г. Малышева и Ю.Е. Русакова отмечают следующее «современные масс-медиа не столько отражают окружающую действительность, сколько интерпретируют, комментируют и оценивают ее, формируя определенный идеологический фон» [3, с. 78]. Вследствие этого, авторы сходятся в том, что медиаобраз «определяется особенностями медиадискурса, объективируется в СМИ и – шире – в медиа и предъявляется массовой аудитории, потребителю информации» [3, с. 81]. Визуальная составляющая материала становится особенно важным элементом учитывая информационную перегруженность и развитие клипового мышления, К.С. Исаева, А.С. Вантяева подчёркивают «сегодня человек предпочитает потреблять информацию в коротком, ярком, понятном виде, нежели погружаться в глубокий анализ материалов для самостоятельного извлечения качественного знания» [1, с. 405].

Неоднократно авторы указывают на то, что «визуальное представление в современных медиатекстах становится не менее важным, чем содержание, так как оно решает, прочитает ли материал аудитория или нет» [7, с. 53]. Однако зачастую новостной материал СМИ могут иллюстрировать и генеративные изображения, что вызывает обоснованное беспокойство сообщества, М.В. Петрова считает, что «фотография играет ключевую роль в конструировании культурного и социального контекстов» тогда как «генеративное изображение вызывает этические вопросы о допустимости его использования в журналистике» [6, с. 302]. Исследователи О.С. Мухина, В.Ф. Олешко важнейшим преимуществом считают экономию ресурсов (финансов, времени). Авторы отмечают «отслеживание ситуации в динамике убедительно демонстрирует, что

искусственный интеллект находится лишь в начале этого пути и очень скоро станет опасным конкурентом для фотографов и иллюстраторов» [5, с. 90].

Существенным для настоящего исследования аспектом является разграничение понятий «образ» и «имидж», так «образ, как правило, складывается стихийно», то «имидж выступает как «целенаправленно конструируемый феномен» [3, с. 88]. Аналогично И.В. Сидорская указывает на различие терминов, обозначая «медиаобраз» и «медиаимидж» «отличаются друг от друга не столько содержательно, сколько функционально» [8, с. 84]. При осмыслении визуальной репрезентации территории в медиасреде исследователь О.В. Широкова отмечает «образ города вне медиасреды и образ города в цифровых медиа – это два разных образа», при этом «визуальный образ конкретно взятого города складывается из различных фрагментов окружающей действительности, которые синтезируются, соединяются между собой, формируя целостную картину» [9, с. 42]. Региональный аспект медиаобраза также рассматривает Н.В. Мамонова в контексте науки и указывает на то, что при анализе тематического направления, важен не только смысловой аспект, но в том числе «при медийном освещении научного потенциала региона следует учитывать эмоциональный фон подачи материала и сопряженные с ним коннотации» [4, с. 376]. Для исследования особое значение имеют работы, в которых невербальный компонент рассматривается как самостоятельная часть медиатекста. В исследовании Б.Е. Ломакин указывает на важность медийной составляющей (фотография, иллюстрация, инфографика), однако несмотря на это, автор замечает «исследования же, в которых рассматривается визуальная составляющая медиатекста, крайне немногочисленны» [2, с. 615].

Значимую методологическую основу для визуального анализа публикаций в СМИ имеет зарубежная работа Л. Родригес и Д. Димитрова. Авторы предлагают четырехступенчатую модель выявления визуальных фреймов, среди которых: визуальные образы как денотативные системы «здесь фреймы идентифицируются путем перечисления объектов и отдельных элементов, которые фактически отображаются на изображении», на втором уровне выявляются образы, как стилистико-семиотические системы «на этом уровне учитываются стилистические особенности и технические преобразования, связанные с репрезентацией», что подразумевает оценку не того, что изображено, а каким образом это сделано посредством использования приёмов визуальной подачи: план, дистанция, ракурс, характер контакта со зрителем. Третий и четвёртый уровень рассматривают изображение ещё более детально определяя визуальные образы кадра, как коннотативные системы и идеологические репрезентации [10, с. 52-59].

Материалы и методы исследований

В качестве эмпирической базы исследования выступили публикации регионального интернет-СМИ 1obl.ru опубликованные в апреле 2025 года. В выборку для анализа вошло 100 публикаций, отобранных методом систематической выборки, с шагом в 11 материалов. Такой подход позволил рассмотреть равномерно весь массив публикаций за апрель 2025 года. Единицей отбора являлась отдельная публикация, единицей анализа выступает основной иллюстрирующий материал, сопровождающий основной текст.

В центре анализа способ репрезентации региона, реализованный через визуальный контент интернет-СМИ. Методологическую основу исследования составил комплексный подход, включающий количественный контент-анализ, элементы визуального анализа и сопоставительный метод. В основу кодирования визуального контента были положены два уровня анализа – денотативный и стилистико-семиотический, что соотносится с моделью визуального фрейминга Л. Родригес и Д. Димитрова [10, с. 53-55]. Первый уровень методологии позволил выделить основные и вторичные категории изображения, определить наиболее частые образы на изображении, их количество и доминирующие элементы композиции. Опираясь на методология второго уровня, были выделены способы визуальной организации изображения. Часть показателей представляет собой адаптацию модели к материалу регионального интернет-СМИ.

Результаты и обсуждения

Для выявления визуальной репрезентации медиаобраза индустриального региона в интернет-СМИ был проведён анализ 100 публикаций 1obl.ru за апрель 2025 года. Анализ визуального ряда включает в себя ряд критериев, позволяющих последовательно рассмотреть, как содержательную часть, так и способ визуальной подачи. В аналитическую схему были включены такие категорий оценки как: тип визуального материала, степень его документальности, основная и вторичная категория изображения, наличие и количество людей в кадре, на чём акцентирован композиционный центр, план, ракурс, характер изображения, способ визуальной репрезентации и тональность визуала [10, с. 53-55]. Набор критериев позволил установить какие образы чаще всего иллюстрируют материалы интернет-СМИ, но и в том числе выделить, каким образом различные тематические категории визуально подаются с точки зрения визуальных приёмов.

Анализ визуального ряда апрельской выборки на предмет преобладающего типа визуального контента показывает, что публикации 1obl.ru строятся в первую очередь на фотографическом материале. В 93% пуб-

ликаций используется фотография, как иллюстрирующий материал. Вопреки популярности генеративного контента, ИИ-изображения были представлены лишь в 4% публикаций, что говорит о стремлении документально проиллюстрировать публикацию. Коллажи представлены в 2% публикаций и скриншоты – 1%. Не были обнаружены вовсе материалы, в которых использовались бы коллажи, графические изображения и инфографика. В 93% публикаций визуал был документальным и лишь в 5% не документальный, 2% - условно-документальные. К условно-документальным были отнесены изображения, которые так или иначе были обработаны или запечатлены не документальным образом в их числе скриншот, фото с графическими элементами, карточка на основе фото, коллаж. Полученные данные демонстрируют нацеленность информационной политики на документальное отражение событий, объектов и ситуаций, минимизируя использование искусственно созданных изображений.

Модель, предложенная Л. Родригес и Д. Димитрова предлагает четыре уровня оценки визуального обрамления. На первом денотативном уровне исследователь отвечает на вопрос «кто или что изображено» [10, с. 53-55]. В настоящем исследовании было принято решение группировать тематические направления информационной повестки интернет-СМИ для отражения наиболее часто используемых образов. В ходе анализа были выделены 12 тематических категорий: социальная сфера, городская среда, происшествие/проблема, силовые структуры, природа/туризм/явления, культура/событие, спорт, власть, экология, труд, потребление/услуги/рынок и аграрная тема.

Доминирующим по результатам исследования оказались две категории – социальная сфера и городская среда, каждая из которых составляет 17% из общего массива публикаций. Далее по количеству публикаций следует категория происшествие/проблема – 14%, силовые структуры – 13%, природа/явления/туризм – 11% и культура/события занимают 9% публикаций. Менее выраженными категориями являются спорт – 6%, а также власть, экология, труд, потребление/услуги/рынок. Аграрная тема представлена лишь в 1% публикаций. Таким образом, эти данные позволяют сделать вывод о том, что визуальный образ региона формируется прежде всего не через промышленный облик индустриального региона, а через повседневную социальную жизнь, городскую среду, проблемные ситуации, отражение проблем в том числе и через образы силовых структур и природные визуальные сюжеты.

Часть изображений, иллюстрирующих новостные материалы содержит не один, а два основных смысловых центра, один из которых является доминирующим, второй же носит дополняющий характер, при этом является значимым для интерпретации визуального посыла. Однако по итогам анализа, статистика демонстрирует, что 47% публикаций не имеет вторичного смыслового центра. Сопоставление основной и вторичной категории демонстрирует, что в связке используются такие визуальные образы как силовые структуры и происшествие/проблема – 6%. Городская среда в компоненте с социальной сферой встречается в 5% публикаций, также происшествие/проблема встречается часто с городскими пространствами, а власть в 3% публикаций была представлена с социальной сферой. Люди присутствуют в 51% публикаций, визуальный поток практически поровну делится между кадрами с людьми и без людей. В 25% публикаций в кадре присутствуют 2-5 человек, в 15% один человек, в 10% - группа/много людей.

Однако несмотря на присутствие человека в 51% публикаций, часто люди не становятся центральным образом кадра. В фотоконтенте часто используется акцент на объекте – 42%, пространство/ландшафт – 12%, человек становится центральным образом лишь в 11% публикаций, животное – 4%, транспорт – 4%, смещённый центр без явного акцента на каком-либо объекте – 3%. Визуальная составляющая публикаций в большей степени ориентирована на предметно-пространственную репрезентацию, чем на персонализацию через отдельного героя.

Параметры визуального ряда демонстрируют устойчивую модель подачи материалов. Наиболее распространённым оказался общий план (45%) за ним следуют крупный (28%) и средний (25%) планы. Не были выявлены кадры с использованием крупности деталь. Съёмка на уровне глаз преобладает и занимает 58% от всех публикаций, тогда как ракурс сверху всего в 25%, ещё реже встречается ракурс снизу – 10%.

Анализ характера изображения выявил явное преобладание статичных визуалов (70,0%) над динамичными (28,0%) и смешанными (2,0%). Для отобранного фотоконтента характерна фиксация состояния, объекта или ситуации, чем передача интенсивного движения или действия. Эти данные соотносятся с визуальной репрезентацией общей массы кадров, так как репортажные снимки представлены в (79,0%) случаев, а постановочная лишь в (17,0%).

Тональность визуала фиксировалась не как индивидуальная реакция, а как характеристика визуальной репрезентации, определяемая на основе наблюдаемых признаков изображения. При кодировании учитывался общий характер визуальной подачи: наличие праздника, достижения, благоустройства, торжественного события, такие критерии позволяли отнести снимок к позитивной тональности. Отсутствие выражен-

ного тона события, стандартная фиксация инфоповода позволяла отнести – к нейтральной. Наличие признаков опасности, разрушения, конфликта, ущерба или иной проблемной ситуации позволял определять материалы проблемной тональностью. Смешанная тональность фиксировалась в тех случаях, когда в одном изображении сочетались разнонаправленные визуальные признаки. Большинство изображений, иллюстрирующих новостные материалы, носят нейтральную тональность (49%), как правило, фиксируя событие, однако существенную долю составляет и проблемный образ (31,0%). Позитивная тональность зафиксирована в (17%) публикаций, а смешанная лишь в (3%).

Сопоставление основной категории изображения с инструментами визуальной подачи показало, что разные тематические блоки в общем массиве отражаются неодинаковыми визуальными приёмами.

«Социальная сфера» чаще всего отражает группу людей (47,1%), представленных средним планом (52,9%) и преимущественно в ракурсе на уровне глаз (64,7%), что позволяет отразить эмоции, моменты взаимодействия в обществе. «Происшествие/проблема» отличается высокой долей документального визуала. Категория представлена образом объекта происшествия (50,0%), преимущественно общим планом (64,3%), позволяет максимально охватывать случившуюся ситуацию.

Категория «городская среда» напротив, подаётся прежде всего через объекты, как правило городской инфраструктуры, культурные места, ландшафты и пространства, а также транспорт (47,1%) исключительно через фотографию и документальный визуал. Наблюдается явное преобладание общего плана (82,4%).

Категория «силовые структуры» отличается от других категорий более выраженной крупноплановой подачей (69,2%), при доминировании объекта (53,8%) и использовании ракурса на уровне глаз (76,9%), тональность публикаций в этой категории проблемная (92,3%). Чаще всего визуальное акцентирование на форме и атрибутике силовых структур.

Категория «природа/явления/туризм» представлена чаще всего объектами (54,5%), зачастую крупный план (54,5%), что демонстрирует стремление сосредоточить внимание на самом природном объекте. Тематическая категория «культура/событие» чаще всего строится вокруг группы людей (56,6%) при относительном преобладании общего плана (44,4%).

Наиболее выраженной динамикой характеризуется категория спорт. Все публикации данного блока содержат людей. В половине случаев в кадре присутствует группа/много людей. Кроме того, для спортивной категории типичны динамичный характер кадра, репортажная подача и позитивная тональность. Это позволяет говорить о спорте как о наиболее событийно насыщенном и эмоционально выразительном сегменте визуального ряда.

Выводы

Таким образом, в ходе исследования визуальной репрезентации медиаобраза Челябинской области в публикациях 1obl.ru за апрель 2025 года были выявлены следующие особенности. Во-первых, визуальный ряд исследуемого массива характеризуется явным преобладанием фотографического, документального контента. Это свидетельствует о стремлении интернет-СМИ опираться преимущественно на репортажную фиксацию события, минимизируя использование генеративных изображений, графических и условных форм визуализации. Во-вторых, на денотативном уровне были выявлены доминирующие тематические категории визуального ряда, среди которых ведущие позиции занимают социальная сфера и городская среда. Существенную роль также играют происшествия, силовые структуры, природные и событийные сюжеты, тогда как собственно трудовая, экологическая, властная и аграрная линии оказываются менее выраженными.

Кроме того, результаты исследования показали, визуальный образ региона формируется не только через распределение тематических образов, но и через различия в способах их подачи. Так, городская среда и природные сюжеты чаще визуализируются через объекты и пространства, без акцентированного присутствия человека, тогда как социальная сфера, культура и спорт строятся вокруг сцен общественного взаимодействия. Особое место занимает проблемный блок, в котором заметно преобладают репрезентации происшествий и силовых ведомств. В то же время спортивные и культурно-событийные материалы отличаются более выраженной динамикой и позитивной тональностью.

Подводя итоги исследования, важно отметить, что визуальный медиаобраз региона в интернет-СМИ 1obl.ru строится прежде всего не через индустриальный облик как таковой, а через более широкий комплекс образов, включающий повседневную социальную жизнь, городскую среду, проблемные ситуации, природные сюжеты и события. Это позволяет сделать вывод о том, что визуальный образ индустриального региона в интернет-СМИ формируется как сложная система, в которой сочетаются разные тематические сюжеты и способы визуальной подачи, вместе создающие устойчивое представление о региональной действительности.

Финансирование

Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (проект № 26-18-20066, https://rscf.ru/project/26-18-20066/) «Медиаобраз промышленного региона в СМИ, социальных медиа и его воздействие на молодежную аудиторию: нейромаркетинговые исследования».

Список источников

1. Исаева К.В., Вантяева А.С. Клиповое мышление как социальный феномен современного общества «в цифре» // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2025. Т. 25. № 4. С. 404 – 412. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/klipovoe-myshlenie-kak-sotsialnyy-fenomen-sovremennogo-obschestva-v-tsifre (дата обращения: 29.03.2026).

2. Ломакин Б.Е. Визуальный компонент медиаобраза события: методика исследования // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2023. Т. 42. № 4. С. 610 – 619. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnyy-komponent-mediaobraza-sobytiya-metodika-issledovaniya (дата обращения: 28.03.2026).

3. Малышева Е.Г., Русакова Ю.Е. Образ, медиаобраз, медиаобраз региона vs имидж, медиаимидж, имидж региона: понятийно-терминологический аппарат современных российских исследований // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2024. № 2 (54). С. 76 – 94. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-mediaobraz-mediaobraz-regiona-vs-imidzh-mediaimidzh-imidzh-regiona-ponyatiyno-terminologicheskiy-apparat-sovremennyh (дата обращения: 30.03.2026).

4. Мамонова Н.В. Особенности репрезентации медиаобраза науки: на материале регионального новостного сетевого издания 1obl.ru // Медиалингвистика. 2023. Т. 10. № 3. С. 376 – 393. DOI: 10.21638/spbu22.2023.306. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-reprezentatsii-mediaobraza-nauki-na-materiale-regionalnogo-novostnogo-setevogo-izdaniya-1obl-ru (дата обращения: 28.03.2026).

5. Мухина О.С., Олешко В.Ф. Потенциал нейросетей в генерации фотореалистичного контента для медиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 4. С. 78 – 95. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-neyrosetey-v-generatsii-fotorealistichnogo-kontenta-dlya-media (дата обращения: 29.03.2026).

6. Петрова М.В. Генеративные изображения в фотографическом стиле как новый элемент журналистского медиатекста (на примере материалов немецкоязычных СМИ) // Медиалингвистика. 2025. Т. 12. № 2. С. 302 – 326. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/generativnye-izobrazheniya-v-fotograficheskom-stile-kak-novyy-element-zhurnalistskogo-mediateksta-na-primere-materialov (дата обращения: 19.03.2026).

7. Прохорова Е.Н. Особенности визуального представления материалов в современных медиа // Международный научный журнал «Слово в науке». 2023. № S17. С. 49 – 54. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vizualnogo-predstavleniya-materialov-v-sovremennyh-media (дата обращения: 21.03.2026).

8. Сидорская И.В. Об употреблении терминов «образ» и «имидж» в русскоязычных исследованиях проблемы медиарепрезентации территорий // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 3. С. 173 – 197. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ob-upotreblenii-terminov-obraz-i-imidzh-v-russkoyazychnyh-issledovaniyah-problemy-mediareprezentatsii-territoriy (дата обращения: 28.03.2026).

9. Широкова О.В. Визуальная репрезентация исторического города в цифровых медиа // Urbis et Orbis. Микроистория и семиотика города. 2024. Т. 4. № 1. С. 39 – 50. DOI: 10.34680/urbis-2024-4(1)-39-50. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-reprezentatsiya-istoricheskogo-goroda-v-tsifrovyh-media (дата обращения: 24.03.2026).

10. Rodriguez L., Dimitrova D.V. The levels of visual framing // Journal of Visual Literacy. 2011. Vol. 30. № 1. P. 48 – 65. DOI: 10.1080/23796529.2011.11674684.

References

1. Isaeva K.V., Vantyaeva A.S. Clip thinking as a social phenomenon of modern society "in digital". Bulletin of the Saratov University. New series. Series: Sociology. Political Science. 2025. Vol. 25. No. 4. P. 404 – 412. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/klipovoe-myshlenie-kak-sotsialnyy-fenomen-sovremennogo-obschestva-v-tsifre (accessed: 29.03.2026).

2. Lomakin B.E. Visual component of the media image of an event: research methods. Issues of journalism, pedagogy, linguistics. 2023. Vol. 42. No. 4. P. 610 – 619. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnyy-komponent-mediaobraza-sobytiya-metodika-issledovaniya (accessed: 28.03.2026).

3. Malysheva E.G., Rusakova Yu.E. Image, media image, media image of a region vs. image, media image, image of a region: conceptual and terminological apparatus of modern Russian research. Bulletin of Moscow City Pedagogical University. Series: Philology. Theory of Language. Language Education. 2024. No. 2 (54). P. 76 – 94. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-mediaobraz-mediaobraz-regiona-vs-imidzh-mediaimidzh-imidzh-regiona-ponyatiyno-terminologicheskiy-apparat-sovremennyh (accessed: 30.03.2026).

4. Mamonova N.V. Features of representation of the media image of science: based on the regional online news publication 1obl.ru. Medialinguistics. 2023. Vol. 10. No. 3. P. 376 – 393. DOI: 10.21638/spbu22.2023.306. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-reprezentatsii-mediaobraza-nauki-na-materiale-regionalnogo-novostnogo-setevogo-izdaniya-1obl-ru (accessed: 28.03.2026).

5. Mukhina O.S., Oleshko V.F. The Potential of Neural Networks in Generating Photorealistic Content for Media. Moscow University Bulletin. Series 10. Journalism. 2025. No. 4. P. 78 – 95. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-neyrosetey-v-generatsii-fotorealistichnogo-kontenta-dlya-media (accessed: 29.03.2026).

6. Petrova M.V. Generative images in a photographic style as a new element of journalistic media text (based on materials from German-language media). Medialinguistics. 2025. Vol. 12. No. 2. P. 302 – 326. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/generativnye-izobrazheniya-v-fotograficheskom-stile-kak-novyy-element-zhurnalistskogo-mediateksta-na-primere-materialov (accessed: 19.03.2026).

7. Prokhorova E.N. Features of visual presentation of materials in modern media. International scientific journal "Word in Science". 2023. No. S17. P. 49 – 54. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vizualnogo-predstavleniya-materialov-v-sovremennyh-media (accessed: 21.03.2026).

8. Sidorskaya I.V. On the use of the terms “obraz” and “image” in Russian-language studies of the problem of media representation of territories. Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism. 2021. No. 3. P. 173 – 197. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ob-upotreblenii-terminov-obraz-i-imidzh-v-russkoyazychnyh-issledovaniyah-problemy-mediareprezentatsii-territoriy (accessed: 28.03.2026).

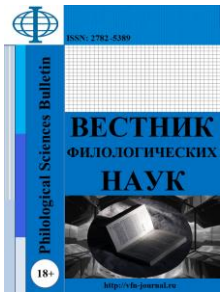
9. Shirokova O.V. Visual representation of the historical city in digital media. Urbis et Orbis. Microhistory and semiotics of the city. 2024. Vol. 4. No. 1. P. 39 – 50. DOI: 10.34680/urbis-2024-4(1)-39-50. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-reprezentatsiya-istoricheskogo-goroda-v-tsifrovyh-media (accessed: 03.24.2026).

10. Rodriguez L., Dimitrova D.V. The levels of visual framing. Journal of Visual Literacy. 2011. Vol. 30. No. 1. P. 48 – 65. DOI: 10.1080/23796529.2011.11674684.

Информация об авторах

Качко С.С., *начальник отдела интернет-коммуникаций, кафедра «Журналистика, реклама и связи с общественностью», Южно-Уральский государственный университет*

© Качко С.С., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (Китайский язык) (филологические науки)
УДК 81'25
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-197-203

[1] Ли СиЛэй ***[1] Сычуаньский университет***

Исследование русского перевода культурно-специфической лексики «Шицзина» с точки зрения теории скопоса

Аннотация: *в статье рассматриваются способы передачи культурно-специфической лексики в русском переводе «Шицзина», выполненном А.А. Штукиным, с точки зрения теории скопоса. Актуальность исследования обусловлена трудностями интерпретации единиц, тесно связанных с национально-культурным контекстом, а также необходимостью учета их коммуникативной функции в процессе перевода. Особое внимание уделяется тому, каким образом переводчик решает задачу передачи культурных смыслов в условиях отсутствия прямых соответствий в языке перевода. В работе анализируются примеры экологической, материальной, социальной и религиозной культурно-специфической лексики, выявляются используемые переводчиком приёмы (прямой, смысловой и объяснительный перевод) и соотносятся с правилом скопоса, правилом связности и правилом верности. Методологическую основу исследования составляют сопоставительный анализ оригинального текста и перевода, а также обобщение существующих научных подходов к изучаемой проблеме. Полученные результаты позволяют уточнить характер переводческих решений А.А. Штукина, выявить их зависимость от коммуникативных задач перевода и показать их функциональную обусловленность. Материалы исследования могут быть использованы в практике перевода китайской классической литературы, а также в преподавании перевода, межкультурной коммуникации и подготовке специалистов в области филологии и переводоведения.*

Ключевые слова: *«Шицзин», теория скопоса, культурно-специфическая лексика, переводческие стратегии, функциональная эквивалентность, межкультурная коммуникация*

Для цитирования: Ли СиЛэй. Исследование русского перевода культурно-специфической лексики «Шицзина» с точки зрения теории скопоса // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 197 – 203. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-197-203

Поступила в редакцию: 18 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Li XiLei ***[1] Sichuan University***

A study on the Russian translation of culture-loaded words in the Shijing from the perspective of Skopos theory

Abstract: *the article examines the ways of rendering culture-loaded words in the Russian translation of the Shijing by A.A. Shtukin from the perspective of Skopos theory. The relevance of the study lies in the difficulties of interpreting units closely connected with the national and cultural context, as well as in the need to take into account their communicative function in the translation process. Attention is paid to how the translator addresses the problem of conveying cultural meanings in the absence of direct equivalents in the target language. The paper analyzes examples of ecological, material, social, and religious culture-loaded words, identifies the translation techniques employed (literal translation, free translation, and explanatory translation), and relates them to the Skopos rule, the Coherence*

rule, and the Fidelity rule. The methodological framework is based on a comparative analysis of the source text and its translation, as well as a synthesis of existing scholarly approaches to the issue. The findings help to clarify the nature of A.A. Shtukin's translation decisions, reveal their dependence on communicative purposes, and demonstrate their functional motivation. The results of the study may be applied in the practice of translating Chinese classical literature, as well as in the teaching of translation, intercultural communication, and the training of specialists in philology and translation studies.

Keywords: *Shijing, Skopos theory, culture-loaded words, translation strategies, functional equivalence, intercultural communication*

For citation: Li XiLei. A study on the Russian translation of culture-loaded words in the Shijing from the perspective of Skopos theory. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 197 – 203. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-197-203

The article was submitted: April 18, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

«Шицзин» является древнейшим поэтическим сборником Китая и рассматривается как важная отправная точка в развитии китайской словесности. Он обладает высокой художественной и культурной ценностью, поскольку его содержание отражает социальную жизнь и мировоззренческие установки доциньской эпохи [4, с. 1]. Таким образом, перевод «Шицзина» на иностранные языки служит не только средством распространения литературы, но и важным каналом знакомства мировой культуры с китайским наследием.

В России знакомство с «Шицзином» началось в XIX веке. С развитием российской синологии значительный вклад в перевод памятника внесли такие учёные, как Н.Т. Федоренко, А.А. Штукин и другие. Особое влияние на восприятие китайской классической поэзии русскоязычным читателем оказал полный перевод «Шицзина», выполненный А.А. Штукиным в 1957 году [11, с. 21].

Анализ существующих исследований показывает, что как в китайской, так и в зарубежной науке перевод «Шицзина» чаще всего рассматривается с точки зрения литературности и эстетического воздействия, при этом особое внимание уделяется воссозданию образности. В целом такие исследования сосредоточены на художественной репрезентации на текстуальном уровне и недостаточно учитывают функциональную и целевую природу переводческой деятельности. В частности, в области русских переводов всё ещё ощущается нехватка системных работ, посвящённых культурно-специфической лексике с позиций теории скопоса.

Цель настоящей работы заключается в том, чтобы на основе теории скопоса проанализировать способы передачи культурно-специфической лексики в русском переводе «Шицзина», выявить особенности переводческих решений в конкретных контекстах и объяснить мотивы выбора переводчика.

Данное исследование обладает теоретической значимостью и практической ценностью. В теоретическом плане применение теории скопоса к анализу русских переводов культурно-специфической лексики «Шицзина» позволяет расширить существующие научные ракурсы и углубить понимание механизмов перевода таких единиц. В практическом плане анализ стратегий перевода в разных версиях может предложить полезные подходы для перевода китайской классики на русский язык и способствовать повышению как приемлемости перевода, так и эффективности культурной коммуникации.

Материалы и методы исследований

Материалом для данной статьи послужил полный перевод «Шицзина» на русский язык, выполненный А.А. Штукиным (издание 1957 года). В работе сопоставляются оригинальный китайский текст и его русский перевод, на основе чего отбираются типичные примеры культурно-специфической лексики.

В теоретическом плане исследование опирается на скопос-теорию, разработанную Хансом-Йозефом Фермеером (Hans J. Vermeer). Фермеер подчёркивал, что перевод представляет собой разновидность человеческой деятельности, а любая деятельность имеет определённую цель. В соответствии с этим скопос-теория рассматривает перевод как целенаправленный процесс межкультурной коммуникации, в основе которого лежит правило скопоса (Skopos rule). Данное правило предполагает, что переводческая деятельность определяется заранее заданной коммуникативной целью, которой подчиняются как форма, так и стратегия перевода. Катарина Райс (Katharina Reiss) и Кристиана Норд (Christiane Nord) развили положения скопос-теории. В частности, Норд сформулировала принцип «функциональности и верности», согласно которому переводчик должен, с одной стороны, обеспечивать выполнение функции текста перевода, а с другой – со-

хранять определённую степень ответственности перед автором оригинала и адресатом перевода. Понятие цели перевода включает несколько аспектов: цель самого переводчика, коммуникативную цель текста перевода, а также цель применения конкретных переводческих приёмов [2, с. 1]. Как правило, под целью понимается именно коммуникативная функция текста перевода. Для её реализации переводчик должен учитывать три основных правила скопос-теории: правило скопоса (Skopos rule), правило связности (Coherence rule) и правило верности (Fidelity rule) [6, с. 101].

Согласно правилу связности, перевод должен быть понятен и приемлем в рамках культуры языка перевода, что обеспечивает его интерпретируемость целевой аудиторией. Правило верности предполагает наличие определённой связи между исходным текстом и переводом, однако такая верность носит относительный характер и определяется заданной целью перевода. Указанные правила находятся в иерархическом соотношении: правило скопоса занимает ведущую позицию, тогда как правило связности и правило верности подчиняются ему.

В качестве объекта анализа в настоящем исследовании рассматривается культурно-специфическая лексика. Под данным термином понимаются языковые единицы, сформированные в определённом культурном контексте, несущие национально-культурную информацию и не имеющие полного соответствия в языке перевода. Ляо Ции определяет культурно-специфическую лексику как слова, словосочетания и устойчивые выражения, обозначающие явления, характерные для конкретной культуры и отражающие уникальные формы деятельности, сформировавшиеся в процессе длительного исторического развития данного этноса [8, с. 232]. Э. Найда выделяет экологическую, материальную, социальную, религиозную и языковую культуры, на основе чего формируются соответствующие типы лексических единиц [5, с. 196]. В настоящем исследовании, с учётом особенностей текста «Шицзин» и на основе обобщения существующих классификаций, выделяются четыре группы культурно-специфической лексики: экологическая, материальная, социальная и религиозная. Данные единицы широко представлены в тексте «Шицзин» и являются одной из наиболее сложных категорий с точки зрения перевода.

В методологическом плане исследование опирается на сопоставительный и качественный анализ. Путём сопоставления оригинального текста и русского перевода выявляются способы передачи культурно-специфической лексики и анализируются факторы выбора переводческих стратегий с позиций теории скопоса. На этой основе обобщаются основные характеристики перевода и раскрываются его внутренние механизмы.

Результаты и обсуждения

В настоящей главе на основе изложенной теоретической базы и с учётом текста «Шицзин» и перевода А.А. Штукина проводится анализ перевода различных типов культурно-специфической лексики. В соответствии с принятой классификацией отбираются типичные примеры, относящиеся к экологической, материальной, социальной и религиозной сферам, и рассматриваются переводческие стратегии и их эффективность.

1. Экологическая культурно-специфическая лексика

Пример:

«卫风·木瓜»

投我以木瓜，

报之以琼琚。

«Мне ты в подарок принёс плод айвы»

Мне ты в подарок принес плод айвы ароматный,

Яшмой прекрасною был мой подарок обратный.

В контексте «Шицзин» лексема «木瓜» не обозначает обычный пищевой фрукт, а представляет собой китайское автохтонное растение, обладающее специфическим культурным содержанием. В древнекитайской литературной традиции «木瓜» постепенно приобретает значение любовного дара и становится средством опосредованного выражения чувств [7, с. 47]. В данном стихотворении акт дарения «木瓜» со стороны девушки выражает её привязанность к возлюбленному [3, с. 2], тогда как ответный дар «琼琚» (драгоценного нефрита) со стороны мужчины символизирует взаимность и углубление чувства, отражая модель взаимного обмена и эмоционального отклика.

В переводе А. А. Штукина «木瓜» передаётся как «айва». Данное решение не является простым лексическим соответствием, а представляет собой частичную культурную замену. В русской культурной тради-

ции «айва» также обладает символикой, связанной с браком и любовью: она нередко ассоциируется со свадебной обрядностью и фигурирует в соответствующих художественных образах. Таким образом, несмотря на расхождение на денотативном уровне, перевод обеспечивает функциональное соответствие на уровне культурного значения.

С точки зрения теории скопоса данное переводческое решение обусловлено приоритетом правила скопоса, поскольку ориентировано на реализацию коммуникативной функции перевода в принимающей культуре. Использование лексемы «айва», обладающей сходной символикой, позволяет передать модель «выражения чувств через предмет» и обеспечивает её понятность для целевой аудитории. Перевод соответствует правилу связности, будучи естественным для русского языкового контекста. Несмотря на расхождение в ботаническом значении, на уровне культурного содержания достигается функциональная эквивалентность [1, с. 10]

2. Материальная культурно-специфическая лексика

Пример:

«秦风·小戎»

言念君子，温其如玉。

«БОЕВАЯ КОЛЕСНИЦА»

Я, о супруг благородный, думой с тобою всегда;

Тверд, благороден, как яшма, сердцем же яшмы нежней!

Лексема « 玉 » является одной из наиболее репрезентативных единиц материальной культурно-специфической лексики в древнекитайской культуре. Она обозначает не только ценный минерал, но и несёт в себе специфические для китайской цивилизации нравственные и эстетические коннотации. В традиционной китайской культуре нефрит наделяется качеством «мягкой теплоты» («温润»), которое соотносится с идеалом благородного мужа и отражает представление о гармоничном сочетании внешней сдержанности и внутренней чистоты [9, с. 1]. В стихотворении «Сяожун» («小戎») героиня, тоскующая по мужу, ушедшему в поход, использует выражение «温其如玉» для характеристики его личности, подчёркивая как его внешнюю сдержанность и достоинство, так и внутреннюю мягкость и чистоту, что отражает идеал целостного нравственного совершенства.

В переводе А. А. Штукина «玉» передаётся как «яшма». Данное решение основано на использовании прямого перевода, дополненного контекстуальной семантической компенсацией. В русском языке «яшма» обозначает драгоценный камень, однако не обладает тем объёмом культурных ассоциаций, который характерен для китайского понятия «玉». С целью восполнения данного семантического расхождения переводчик вводит дополнительную характеристику «сердцем же яшмы нежней», где прилагательное «нежней» передаёт качество «温», ассоциируемое с мягкостью и теплотой, тем самым позволяя реконструировать заложенное в оригинале нравственно-эстетическое содержание.

В данном случае переводчик стремится передать символическое значение «нефрита» («玉») как воплощения нравственных качеств. Прямой перевод «яшма» сохраняет предметный образ, тогда как добавление «нежней» компенсирует утраченные культурные коннотации, делая характеристику более понятной для русскоязычного читателя. Такой подход обеспечивает смысловую целостность перевода и его соответствие нормам принимающей культуры.

3.Социальная культурно-специфическая лексика

Пример:

«邶风·旄丘»

叔兮伯兮，何多日也？

叔兮伯兮，靡所与同。

叔兮伯兮，裒如充耳。

«ВЗРОСЛА КОНОПЛЯ НАД ПОЛОГИМ ХОЛМОМ»

О старшие родичи наши, увы,

Прошло столько дней, мы всё помощи ждем!

О старшие родичи наши, от вас

Сочувствия нет, ваш обычай жесток.

О старшие родичи наши, у вас

Улыбка, но уши закрыты мольбе.

Лексемы «叔» и «伯» представляют собой элементы социальной культурно-специфической лексики, связанные с иерархической системой родственных отношений в традиционном китайском обществе. В рамках патриархально-родовой структуры данные обозначения фиксируют строгую последовательность старшинства: «伯» – старший брат, «仲» – второй, «叔» – третий, «季» – младший. В семейном контексте они указывают на степень родства и возрастную иерархию [10, с. 2].

В рассматриваемом тексте обращение «叔兮伯兮» отсылает к высшим правителям государства Вэй, которые, несмотря на своё положение, не выполняют ожидаемой функции заботы о народе. Использование родственных обозначений подчёркивает предполагаемую близость и моральную ответственность, однако их фактическое поведение вступает в противоречие с этим ожиданием, что формирует выраженный иронический эффект.

В переводе А.А. Штукина «叔兮伯兮» передаётся как «О старшие родичи наши». Данное решение основано преимущественно на приёме объяснительного перевода с элементами обобщения. Переводчик отказывается от фонетической передачи исходных терминов и не сохраняет их точную иерархическую дифференциацию, заменяя её обобщённым выражением «старшие родичи», которое передаёт ключевой семантический компонент – принадлежность к старшему поколению и наличие родственной связи. Добавление местоимения «наши» усиливает указание на зависимость и обращённость речи говорящего к данным лицам. Такой перевод позволяет русскоязычному читателю интерпретировать ситуацию как обращение к старшим, обладающим более высоким статусом и обязанным оказывать поддержку, однако остающимся безучастными. В русском языке отсутствует система родственных наименований, полностью соответствующая китайской модели рангового деления, поэтому прямое заимствование («шу», «бо») с последующим комментированием, хотя и обеспечило бы формальную точность, привело бы к снижению выразительности и нарушению поэтической целостности текста. Выбор обобщённого выражения «старшие родичи» активизирует в сознании читателя представление о моральной обязанности старших заботиться о младших, что, в свою очередь, усиливает восприятие их безразличия и жестокости, тем самым позволяя адекватно передать иронический и эмоционально-негативный подтекст оригинала.

4. Религиозная культурно-специфическая лексика

Пример:

«周颂·昊天有成命»

昊天有成命，二后受之。

«ГИМН ЦАРЮ ЧЭН-ВАНУ»

Небо великое определило волю свою возложить:

Два государя приняли небесную волю.

Лексема «昊天» представляет собой одну из наиболее значимых единиц религиозной культурно-специфической лексики древнекитайской традиции. Иероглиф «昊» в своём исходном значении обозначает безграничное, обширное небесное пространство. В религиозно-мифологической системе эпохи «Шицзин» «昊天» выступает как обозначение верховного божества – Небесного владыки, который является творцом и управителем мироздания, а также высшим источником легитимации царской власти. В рамках представлений о «небесном мандате» считалось, что «небесная воля непостоянна» и принадлежит лишь добродетельному правителю. Понятие «成命» обозначает предопределённый и неизменный небесный мандат, отражающий сочетание религиозного фатализма и политической легитимности. Лексема «二后» указывает на двух правителей династии Чжоу – Вэнь-вана и У-вана, которые, будучи объектами культа предков, воспринимаются как носители небесного мандата. В рассматриваемом гимне, исполнявшемся в честь Чэн-вана, подчёркивается, что власть династии Чжоу имеет божественное происхождение и не подлежит сомнению.

В переводе А.А. Штукина «昊天» передаётся как «Небо великое», «成命» – посредством описательной конструкции «определило волю свою возложить», а «二后» – как «два государя». Данная стратегия основана на сочетании прямого и смыслового перевода. Переводчик сохраняет образ «неба» как сакрального субъекта, используя эпитет «великое» для передачи значения «昊», связанного с идеей безграничности и величия. При передаче «成命» он избегает буквального варианта типа «готовое веление» и прибегает к интерпретации «определило волю», акцентируя динамический характер дарования власти. Перевод «二后» как «два государя» отличается лаконичностью и семантической ясностью.

С точки зрения теории скопоса данное переводческое решение ориентировано на обеспечение понятности религиозно-политической идеи «божественного происхождения власти» для русскоязычного читателя,

а не на буквальную передачу всех культурно-специфических элементов. Выражение «Небо великое» актуализирует представление о высшем божестве, а использование глагола «возложить» конкретизирует акт дарования власти, делая абстрактное понятие «небесного мандата» более наглядным, что отражает реализацию Правила скопоса.

Выводы

В настоящем исследовании в качестве теоретической основы использована теория скопоса, в сочетании с теорией культурно-специфической лексики, что позволило проанализировать типичные переводческие решения в русском переводе «Шицзин», выполненном А.А. Штукиным. На основе рассмотрения экологической, материальной, социальной и религиозной культурно-специфической лексики установлено, что переводчик не стремится к формальному соответствию, а в зависимости от конкретного контекста и коммуникативной задачи гибко использует различные переводческие стратегии, включая прямой перевод, смысловой перевод и объяснительный перевод.

В целом переводческая практика А.А. Штукина демонстрирует чётко выраженную целевую направленность, предполагающую приоритет обеспечения понятности и приемлемости текста перевода в принимающей культуре. Указанные переводческие решения свидетельствуют о доминирующей роли правила скопоса в процессе принятия переводческих решений, тогда как правило связности и правило верности реализуются в их функциональном взаимодействии.

Несмотря на то, что в процессе перевода отдельные культурные коннотации неизбежно подвергаются ослаблению или трансформации, в целом перевод А.А. Штукина успешно обеспечивает реализацию коммуникативной функции оригинального текста в целевом языке, что делает «Шицзин» – текст с высокой степенью культурной насыщенности – доступным для понимания русскоязычной аудитории. Таким образом, исследование культурно-специфической лексики «Шицзин» с точки зрения теории скопоса не только углубляет понимание механизмов переводческих решений, но и предоставляет практические ориентиры для дальнейшего перевода классических произведений китайской литературы на русский язык.

Список источников

1. Лю Ч., Фэн И. Древнекитайское стихотворение "Песнь о невесте": особенности перевода А.А. Штукина // Научный диалог. 2024. Т. 13. № 8. С. 97 – 109. DOI: 10.24224/2227–1295–2024-13-8-97-109.
2. Малышева Н.В. О родоначальниках скопос-теории // Социальные и гуманитарные науки в условиях вызовов современности: материалы Всероссийской научной конференции. Комсомольск-на-Амуре, 28-29 января 2021 года. Часть 2. Комсомольск-на-Амуре: Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2021. С. 147 – 150.
3. Сюй М. Анализ литературных образов в «Шицзине»: астрономические, географические и гуманитарные символы // Мир науки, культуры, образования. 2025. № 4 (113). С. 437 – 439. DOI: 10.24412/1991–5497-2025-4113-437-439.
4. Хоу М. Анализ перевода на русский язык "Шицзина" ("книги песен") в теории ассимиляции Цянь Чжуншу // Актуальные вопросы переводоведения и регионоведения: сборник статей II Международного форума. Нижний Новгород, 25-27 октября 2024 года. Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2025. С. 164 – 171.
5. Nida, Eugene A, Language Culture, and Translating [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 1999. 196 p.
6. Reiss K. & H.J. Vermeer. 1984. Groundwork for a General Theory of Translation. Tubingen: Niemeyer. 101 p.
7. **房佳潼.基于功能**对等理论的施图金俄译版《诗经》植物意象翻译研究[D]. **哈尔**滨理工大学, 2021. DOI: 10.27063/d.cnki.ghlgu.2021.000346.47 页.
8. **廖七一.当代西方翻**译理论探索[M]. **南京**: 译林出版社, 2000. 232 页.
9. **毛行琪.玉意象体**现的身体意识—**以**《诗经》为例[J]. **美与**时代(**下**), 2025. № 05. С. 56 – 58. DOI: 10.16129/j.cnki.mysdx.2025.05.025.
10. **王欣**.伦理精神构建视角下的《诗经》价值探讨[J]. **中国民族博**览, 2023. № 03. С. 6 – 8.
11. 张淑娟.**中国古典**诗歌俄传史论[D]. **南开大学**, 2013. 21 页.

References

1. Liu Z., Feng Y. The Ancient Chinese Poem "The Song of the Bride": Features of A.A. Shtukin's Translation. Scientific Dialogue. 2024. Vol. 13. No. 8. P. 97 – 109. DOI: 10.24224/2227–1295–2024-13-8-97-109.

2. Malysheva N.V. On the Founders of Skopos Theory. Social and Humanitarian Sciences in the Context of Modern Challenges: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference. Komsomolsk-on-Amur, January 28–29, 2021. Part 2. Komsomolsk-on-Amur: Komsomolsk-on-Amur State University, 2021. P. 147 – 150.

3. Xu M. Analysis of Literary Images in "Shijing": Astronomical, Geographical, and Humanitarian Symbols. The World of Science, Culture, and Education. 2025. No. 4 (113). P. 437 – 439. DOI: 10.24412/1991–5497-2025-4113-437-439.

4. Hou M. Analysis of the Russian Translation of "Shijing" ("Book of Songs") in Qian Zhongshu's Theory of Assimilation. Current Issues in Translation and Regional Studies: Collection of Articles from the II International Forum. Nizhny Novgorod, October 25-27, 2024. Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod State Linguistic University named after N.A. Dobrolyubov, 2025. P. 164 – 171.

5. Nida, Eugene A., Language Culture and Translating [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 1999. 196 p.

6. Reiss K. & H.J. Vermeer. 1984. Groundwork for a General Theory of Translation. Tubingen: Niemeyer. 101 p.

7. 房佳潼. 哈尔滨理工大学, 2021. DOI: 10.27063/d.cnki.ghlgu.2021.000346.47 页.

8. 廖七一.当代西方翻译理论探索[M]. 南京: 译林出版社, 2000. 232 页.

9. 毛行琪.玉意象体现的身体意识——以《诗经》为例[J]. 美与时代(下), 2025. No. 05. P. 56 – 58. DOI: 10.16129/j.cnki.mysdx.2025.05.025.

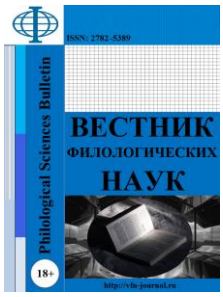
10. 王欣.伦理精神构建视角下的《诗经》价值探讨[J]. 中国民族博览, 2023. No. 03. P. 6 – 8.

11. 张淑娟.中国古典诗歌俄传史论[D]. 南开大学, 2013. 21st.

Информация об авторах

Ли Си Лэй, *кафежра инностранных языков, Сычуаньский университет, Lixilei123@gmail.com*

© ***Ли Си Лэй,*** 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 791.229.2:070.1
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-204-211

[1] Ловков М.А.

[1] Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

Актуальные теоретико-методологические подходы к изучению российской кинодокументалистики в контексте цифровых медиакоммуникаций

Аннотация: *в статье дан аналитический обзор основных научных направлений, в рамках которых исследуется современная российская документалистика, претерпевающая глубокие изменения под воздействием цифровых медиа. Систематизируя отечественные и зарубежные труды, автор выявляет эвристическую ценность историко-культурного, институционального, жанрово-нарративного, риторического, медиалогического и социокультурного подходов. Особый акцент сделан на синтезе классической киноведческой традиции и новейших медиатеорий. На материале обширного корпуса российских документальных лент и проектов 2000-2024 годов обосновывается закономерный отказ от монологических форм в пользу гибридных, диалогических структур, а также необходимость пересмотра «договора о правде» в условиях алгоритмически управляемых платформ. Научная новизна заключается в разработке интегративной междисциплинарной модели, объединяющей технологический, институциональный, жанрово-нарративный и риторический уровни. Основные выводы: документалистика эволюционирует в сторону полижанровой, платформенно-ориентированной системы; одной из ведущих нарративных стратегий становится микронарратив, сфокусированный на частном переживании; классические теоретические построения нуждаются в адаптации к цифровой реальности.*

Ключевые слова: *кинодокументалистика, медиакоммуникации, цифровая трансформация, жанровый гибрид, нарратив, риторика, договор о правде, платформенность, междисциплинарность, микронарратив*

Для цитирования: Ловков М.А. Актуальные теоретико-методологические подходы к изучению российской кинодокументалистики в контексте цифровых медиакоммуникаций // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 204 – 211. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-204-211

Поступила в редакцию: 19 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Lovkov M.A.

[1] Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia

Current theoretical and methodological approaches to the study of Russian documentary film in the context of digital media communications

Abstract: *the article provides an analytical review of the main scientific approaches to the study of contemporary Russian documentary cinema, which is undergoing profound changes under the influence of digital media. Systematizing Russian and foreign works, the author identifies the heuristic value of historical-cultural, institutional, genre-narrative, rhetorical, media-logical and socio-cultural approaches. Special emphasis is placed on the synthesis of classical film studies and recent media theories. Based on an extensive corpus of Russian documentary films and projects from 2000 to 2024, the author substantiates the natural rejection of monological forms in favor*

of hybrid, dialogical structures, as well as the need to revise the "truth contract" in the context of algorithmically driven platforms. The scientific novelty lies in the development of an integrative interdisciplinary model combining technological, institutional, genre-narrative and rhetorical levels. The main conclusions: documentary is evolving towards a polygenre, platform-oriented system; one of the leading narrative strategies is the micronarrative focused on personal experience; classical theoretical constructions need to be adapted to digital reality.

Keywords: *documentary film, media communications, digital transformation, genre hybrid, narrative, rhetoric, truth contract, platform specificity, interdisciplinarity, micronarrative*

For citation: Lovkov M.A. Current theoretical and methodological approaches to the study of Russian documentary film in the context of digital media communications. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 204 – 211. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-204-211

The article was submitted: April 19, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Изучение того, как российское документальное кино меняется под влиянием современных цифровых коммуникаций, - это не просто академическая задача, а ключ к пониманию более широких сдвигов в общественном сознании и культурной политике. Сегодня документалистика перестала быть пассивным регистратором событий; она превратилась в активного участника формирования публичных дискурсов. Как справедливо замечает Г.С. Прожико, экранный документ развивается в подвижной и внутренне противоречивой манере, охватывая всё разнообразие исторических и эстетических форм [13, с. 5]. Однако, при том что накоплен солидный багаж трудов по истории и теории неигрового кино, а также имеется множество работ о медиа и коммуникациях, комплексные исследования, объединяющие эти две области, до сих пор редки. Классические концепции, выросшие из опыта телевидения и кинопроката, сегодня плохо работают в мире, где господствуют стриминговые платформы, нелинейное потребление и пользовательский контент (UGC).

По сути, мы наблюдаем зарождение новой экранной культуры, где зритель всё чаще становится соавтором, а «правда» конструируется из множества субъективных углов зрения. Это требует пересмотра методологического инструментария. Главная проблема, которую призвана решить данная статья, - необходимость инвентаризировать существующие научные подходы к документальному контенту и предложить интегративную модель, соединяющую киноведение, медиалогию, нарратологию и социологию культуры.

Цель настоящей работы - выявить и критически проанализировать основные теоретико-методологические стратегии исследования российской документалистики в контексте цифровых медиа, оценить их сильные и слабые стороны, а также предложить новую аналитическую рамку, адекватную современному состоянию документального кино.

Материалы и методы исследований

В основе исследования лежат общенаучные принципы анализа и синтеза, а также традиционные методы работы с литературой: описательный, сравнительно-сопоставительный и комплексный. Ключевая методологическая задача - выявить сходства и различия в выводах разных авторов, чтобы понять, какой вклад каждый из них вносит в изучение коммуникативного потенциала документалистики. Наиболее продуктивным для столь сложного и многослойного явления, как документальное кино, я считаю сочетание междисциплинарности и комплексного подхода, которое включает:

1. Историко-культурный анализ (в духе Ю.М. Лотмана [9; 10]), позволяющий рассматривать документалистику как часть культурного кода.
2. Институциональный анализ - для изучения производственных и дистрибутивных структур (киностудии, фестивали, платформы, государственные органы).
3. Дискурсивный и нарративный анализ (опираясь на идеи П. Рикёра [27] и М.М. Бахтина [1]) - для выявления способов репрезентации реальности.
4. Жанровый анализ (по Ю.Н. Тынянову [23] и С. Нилу [24]) - для понимания динамики жанровых гибридов.
5. Риторический анализ (в версиях К. Плантинги [26] и Б. Николса [25]) - для исследования убеждающих стратегий.
6. Отдельные элементы цифровых методов - для работы с данными платформ (статистика просмотров, вовлечённость).

Результаты и обсуждения

1. Этапы развития научного интереса к документалистике

Если проследить хронологию исследований документального кино, можно выделить несколько отчётливых периодов. В 1970–1980-е годы советские учёные (С.С. Гинзбург [4], Н.М. Зоркая [7]) сосредоточивались на истории и агитационно-пропагандистской роли неигрового кино. Зоркая, в частности, подчёркивала, что «уникальное и тиражированное» образуют в кино сложный диалектический узел, который нельзя понять без учёта социального заказа [7].

Начиная с 1990-х годов тематика исследований расширяется: учёные всё чаще обращаются к ценностным аспектам, авторскому высказыванию и технологическим изменениям. Постепенно складывается несколько самостоятельных подходов: историко-культурный, институциональный, жанрово-нарративный, риторический и медиалогический. Каждый из них даёт свой срез реальности, но их синтез остаётся редким.

2. Классическое киноведение и культурно-исторический взгляд

Фундамент современного понимания документалистики заложили труды отечественных киноведов. Докторская диссертация Г.С. Прожико «Концепция реальности в экранном документе» [12] и её последующая монография об эволюции жанров [13] задали парадигму, в которой документальный образ рассматривается как результат взаимодействия трёх сил: реальности, автора и зрителя. Сам термин «подвижный и противоречивый процесс» [13, с. 5] точно схватывает суть: документальное кино никогда не было зеркалом, это всегда интерпретация.

Л.Н. Джулай в книге «Документальный иллюзион» [6] углубляет эту мысль, показывая, что границы между правдой и вымыслом в неигровом кино условны. По её мнению, подлинность фильма - это результат сложного переговорного процесса между автором, материалом и зрителем. Эта идея перекликается с западным понятием «договора о правде» [25], но, на мой взгляд, именно Джулай ярче передаёт драматизм ситуации: зритель платит за иллюзию, но хочет верить, что платит за правду.

Исторические работы В.В. Иванова [8], Е.В. Рошаля [15] и С.С. Гинзбурга [4] дали богатый фактический материал, зафиксировав связь документалистики с идеологией и социальным контекстом. Однако они лишь косвенно касаются вызовов цифровой эпохи (цифровые камеры, нелинейный монтаж, платформенная дистрибуция), что делает необходимым их дополнение современными медиалогическими концепциями.

3. Западные теории: модальности и риторика

Переводы работ Билла Николса (модальная теория) [25], Майкла Ренова (поэтика документального) [28], Брайана Уинстона (критика традиций) [30] и Карла Плантинги (риторика) [26] стали поворотным моментом для российской науки. Они принесли с собой такие понятия, как модальности документального кино, этика репрезентации и «договор о правде».

Наиболее влиятельной оказалась классификация Николса, выделяющего шесть способов репрезентации реальности: поэтический, экспозиционный, наблюдательный, интерактивный, рефлексивный и перформативный [25]. Эти модальности не исключают друг друга, они могут смешиваться. Экспозиционная модальность, например, опирается на авторитарный закадровый комментарий («глас Бога»), тогда как перформативная делает ставку на субъективное переживание.

Почему это так важно? Потому что эта классификация даёт нам язык для описания того, как современные режиссёры играют с доверием зрителя. Сам Николс определяет документальное кино как обращение к историческому миру, а не к вымышленному [25, с. 6]. Плантинга, в свою очередь, детально анализирует риторические механизмы, показывая, как вербальные, визуальные и звуковые элементы работают вместе, чтобы убедить зрителя. Ключевой вклад Плантинги - понятие «голоса» фильма, который выражает авторскую позицию через стиль и риторические приёмы [26].

4. Медиалогический и платформенный повороты

В 2000-е годы исследователи всё чаще рассматривают документалистику как часть медиасистемы. Работы С.А. Муратова [11] и Н.И. Дворко [5] анализируют телевизионный документальный фильм, его жанровые модификации и социальные функции. Хотя эти труды ценны для понимания институционального контекста прежней эпохи, они ориентированы на логику телевещания, которая сегодня уже не доминирует. Одна из исследователей точно подметила разницу: «В художественном кино режиссёр является богом, в документальном - Бог является режиссёром» [5]. Эта фраза отлично передаёт отказ от авторского всевластия в пользу подчинения реальности.

Процессы медиатизации и конвергенции подробно разобраны в работах Е.Л. Вартановой [2, 3] и А.В. Шарикова [18]. Теории Генри Дженкинса (конвергентная культура, трансмедийный сторителлинг) [21] и Льва Мановича (язык новых медиа) [22] широко известны. Как пишет Вартанова, конвергенция стирает

границы между традиционными форматами [3], а цифровизация пронизывает все сферы коммуникации [2, с. 22].

Однако применительно именно к документалистике эти идеи разработаны слабо. До сих пор почти не изучено, как алгоритмы рекомендаций (на RuTube, Okko, START), логика социальных сетей (короткие вертикальные видео, вовлечение через комментарии) и практики цифровой дистрибуции влияют на жанровое структурирование и нарратив. В своей диссертации я ввожу понятие «платформенно-специфичного жанра» - формата, чьи параметры (хронометраж, серийность, визуальный ритм, способы вовлечения) прямо продиктованы технико-экономическими характеристиками конкретной платформы.

5. Жанрово-нарративный подход: гибридизация и микронарратив

Современные исследования фиксируют гибридную природу документальных жанров. Вслед за Ю.Н. Тыняновым [23] я понимаю жанр не как застывшую схему, а как динамическую систему, которая «смещается» под давлением новых конструктивных принципов. Тыняновское кредо - единство произведения как развёртывающейся динамической целостности, где элементы связаны знаком соотносительности, а не равенства [23, с. 9] - идеально подходит для описания сегодняшней гибридной документалистики.

К.А. Шергова в своём диссертационном исследовании убедительно показывает, что «субъективный поворот» становится доминирующей стратегией [20]. Исследователи выделяют несколько ключевых векторов трансформации: гибридизация с игровым кино (докудрама, драмади), гибридизация с анимацией (анимадок), возникновение платформенно-специфичных форматов (стриминговый доксериал, вертикальное видео) и персонализация высказывания (автодокументалистика, эссе-фильм).

В области нарратива А.А. Пронин вводит понятие «презумпции нарративности» - изначальной установки зрителя на то, что ему расскажут связную, драматически выстроенную историю, даже если материал документальный. Пронин различает монофоническую и полифоническую наррацию как базовые принципы организации повествования [13, 14]. Н.Н. Сосна подчёркивает, что документалистика выполняет функцию «работы памяти», позволяя артикулировать травматический опыт, который не находит места в официальных нарративах, становясь инструментом проработки коллективной травмы [17]. Н.В. Самутина, в свою очередь, говорит о документальном кино как о пространстве «культуры соучастия», где зритель превращается из пассивного потребителя в активного участника диалога о прошлом и настоящем [16].

Особого внимания заслуживает феномен рекурсивного нарратива. Как отмечает В.В. Коршунов, формат first person documentary (I-movie) демонстрирует рекурсивную структуру: авторы разворачивают камеру на самих себя, что можно интерпретировать как поиск максимально правдивой, прозрачной документалистики. Именно такой формат позволяет наиболее точно и ясно показывать реальность - видимая режиссёрская оптика не создаёт барьер, а последовательно снимает его. Рекурсивный нарратив понимается как вложенность одной части повествования в другую, совокупность приёмов, связанных с этой системой вложений [19].

На основе анализа эмпирического корпуса я прихожу к выводу, что одной из доминирующих нарративных стратегий можно считать «микронарратив» - ориентацию на частный опыт, локальную идентичность, семейную историю. Микронарратив плюрализирует историческое воображение, предлагая множество конкурирующих субъективных истин вместо единственной официальной версии.

6. Институциональный и социокультурный анализ

Современные исследования подчёркивают, что документальный кинодискурс - это институциональная форма коммуникации. Как пишут С.В. Серебрякова и А.Ю. Саломахин, «документальный кинодискурс - это сложный динамический процесс взаимодействия коллективного автора в рамках института киноиндустрии, управляющего нарративом, героев и экспертов, с одной стороны, и зрителя, участвующего в процессе декодирования и интерпретации фильма, с другой». Документальные фильмы играют важную роль в политической и образовательной сферах, выступая как инструмент воздействия благодаря оценочному вектору представления значимых для общества событий. Документальный дискурс отличается причинно-следственным нарративом и комплексным смыслообразованием через аудиовизуальные элементы, формирующие целостные образы [17].

А.В. Шариков фиксирует, что модели потребления медиа у молодого поколения в цифровую эпоху принципиально иные: предпочтение отдаётся коротким, визуально насыщенным форматам, контенту, допускающему интерактив [18]. Запрос на «новую искренность» и аутентичность, кризис доверия к традиционным СМИ, цифровая нативность и клиповое восприятие формируют «горизонт ожиданий», к которому вынуждены адаптироваться создатели контента.

7. Эмпирические исследования и новые форматы: VR, интерактив, подкасты

В последние годы активно развиваются исследования новых технологических форматов. В.В. Харитонов анализирует VR-документалистику, отмечая, что иммерсивные технологии ставят сложные вопросы о границах достоверности и авторской интерпретации, требуя выработки нового «договора о правде» [19, с. 88].

Интерактивные веб-доки и трансмедийные проекты, по мнению Н.В. Самутиной [16], превращают зрителя из пассивного потребителя в активного со-творца смысла. Документальные подкасты адаптируют нарратив под аудиальный формат, что требует особых риторических стратегий удержания внимания.

Ярким примером гибридизации является документальная анимация (анимадок). Н.Г. Кривуля рассматривает её как феномен постцифровой культуры: «Animadoc has become a phenomenon of post-digital culture. Such films are created by means of animation, but their stories are based on documents, facts, and real events» [8, с. 119]. Анимадок позволяет репрезентировать то, что невозможно запечатлеть камерой: внутренние переживания, сны, воспоминания, абстрактные идеи, расширяя границы документального высказывания.

Обсуждение лакун и перспективных направлений

Проведённый анализ позволил выявить несколько существенных пробелов в изучении российской документалистики:

1. Отсутствие синтеза между классическим киноведением и современными медиалогическими концепциями. Редко встречаются работы, где инструментарий Николса [25], Плантинги [26] и Ренова [28] последовательно применяется к российскому материалу с учётом цифровой среды (алгоритмы, платформы, UGC).

2. Несистемный характер изучения жанрово-нарративной трансформации. Многие авторы констатируют появление гибридных форм, но не строят целостной модели их эволюции, не связывают формальные изменения со сдвигами в производстве (краудфандинг), дистрибуции (стриминги) и рецепции (культура соучастия) [16].

3. Недостаточная изученность платформенной логики. Влияние RuTube, Okko, START, Кинопоиска, социальных сетей на тематический отбор, хронометраж, драматургию, визуальный стиль описывается в основном публицистически, без серьёзного академического анализа.

4. Недооценка трансмедийности и интерактивности в российском контексте. Российские производители интерактивной документалистики и документальной геймификации почти не введены в научный оборот [16].

5. Дефицит комплексного подхода к «договору о правде» в эпоху deepfake, инфодемии и медиаскептицизма. Как подчёркивает Харитонов, иммерсивные технологии ставят сложные вопросы о границах достоверности [19, с. 88].

Перспективные направления дальнейших исследований:

- углублённый анализ влияния алгоритмических рекомендательных систем на документальный нарратив;
- исследование новых стратегий верификации и риторики достоверности в условиях deepfake;
- компаративный анализ российской документалистики в сопоставлении с практиками стран БРИКС и постсоветского пространства;
- изучение трансмедийных и интерактивных форм, документальной геймификации, а также интеграции документальных приёмов в иммерсивные среды (VR/AR) [19].

Выводы

Проведённое исследование позволяет систематизировать накопленное знание о документалистике по нескольким ключевым параметрам. Материалом анализа выступают как классические фильмы, так и новейшие платформенные проекты, созданные в различных институциональных условиях. Кроме того, исследователи постепенно расширяют границы документального формата, включая интерактивные веб-доки, VR-проекты, док-подкасты и трансмедийные нарративы.

Наиболее значимой представляется совокупность подходов, позволяющих раскрыть специфику документалистики как инструмента массового воздействия в цифровую эпоху:

- Классическое киноведение [12, 13, 6] дало понимание документального образа как конструкта реальности.
- Зарубежные теории [25, 26, 28, 30] предоставили аналитический инструментарий для изучения риторических стратегий и модальностей.
- Медиалогический подход [2, 3, 21, 22, 18] позволяет осмыслить влияние платформ и алгоритмов.
- Жанрово-нарративный анализ [20, 13, 14, 17, 19] фиксирует переход от монологических к гибридным, персональным формам.

- Институциональный анализ [17] раскрывает роль государства и новых акторов (стриминги, краудфандинг).

- Социокультурные исследования [18] объясняют изменения в аудиторных ожиданиях и запрос на аутентичность.

Однако, несмотря на детальную проработку отдельных аспектов, системная интеграция всех четырёх уровней (технологического, институционального, жанрово-нарративного и риторического) в единую аналитическую модель остаётся лакуной. Я предлагаю такую интегративную модель, апробированную на эмпирическом корпусе российских документальных фильмов и проектов 2000–2024 годов. Основные выводы модели:

1. Трансформация документалистики носит системный характер: происходит переход от моножанровой, монологичной модели индустриальной эпохи к полижанровым, диалогическим, платформенно-ориентированным формам.

2. Одной из доминирующих нарративных стратегий становится микронарратив, центрированный на частном опыте и локальной идентичности, что ведёт к плюрализации исторического и социального воображения.

3. «Договор о правде» пересматривается: источник достоверности смещается от институционального авторитета к эмоциональной аутентичности, открытой субъективности и интерактивной верификации сообществом.

Таким образом, воздействующий потенциал документалистики как средства коммуникации в цифровую эпоху опирается на синтез художественных, риторических и технологических факторов, что требует дальнейшего междисциплинарного изучения. Результаты работы могут быть использованы в образовательных программах (подготовка режиссёров, продюсеров, медиаменеджеров), в медиаиндустрии (разработка контент-стратегий для платформ) и в культурной политике (формирование механизмов поддержки неигрового кино).

Список источников

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
2. Вартанова Е.Л. Медиасистема России. М.: Аспект Пресс, 2021. 384 с.
3. Вартанова Е.Л. Цифровая медиаиндустрия: вызовы и перспективы. М.: МедиаМир, 2023. 412 с.
4. Гинзбург С.С. Очерки теории кино. М.: Искусство, 1974. 264 с.
5. Дворко Н.И. Режиссура неигрового кино. СПб.: СПбГИК, 2010. 208 с.
6. Джулай Л.Н. Документальный иллюзион: Опыт социально-философского анализа. М.: Материк, 2005. 240 с.
7. Зоркая Н.М. Уникальное и тиражированное: средства массовой информации и репродуцированное искусство. М.: Искусство, 1981. 167 с.
8. Иванов В.В. История отечественного документального кино. М.: РИП-холдинг, 2014. 416 с.
9. Кривуля Н.Г. Animated Documentary: Problems of Classifying the Hybrid Forms of Post-Digital Culture // Вестник ВГИК. 2020. Т. 12. № 3 (45). С. 112 – 127.
10. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1973. 92 с.
11. Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб.: Искусство-СПб, 1998. 704 с.
12. Муратов С.А. Документальный телефильм: Незаконченная биография. М.: ВК, 2009. 361 с.
13. Прожико Г.С. Концепция реальности в экранном документе: дис. ... док. искусствоведения: 17.00.03. М.: ВГИК, 2004. 454 с.
14. Прожико Г.С. Эволюция жанров и видов экранной документалистики. М.: ВГИК, 2010. 320 с.
15. Пронин А.А. Монофоническая и полифоническая наррация в документальном фильме // Искусство кино. 2019. № 5. С. 92 – 104.
16. Рошаль Е.В. В мире документального кино. М.: Искусство, 2002. 256 с.
17. Самутина Н.В. Документальное кино и культура соучастия // Социологическое обозрение. 2013. Т. 12. № 3. С. 54 – 74.
18. Серебрякова С.В., Саломахин А.Ю. Особенности институциональных параметров документального кинодискурса // Гуманитарные и юридические исследования. 2025. Т. 12. № 2. С. 333 – 338.
19. Коршунов В.В. Рекурсивный нарратив в современном документальном кино // LI Международная научная филологическая конференция имени Людмилы Алексеевны Вербицкой: тезисы докладов. СПб.: СПбГУ, 2023. С. 78 – 89.

20. Шариков А.В. Глобальное информационное онлайн-пространство в 2020 году: динамические характеристики // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 2. С. 34 – 56.
21. Шергова К.А. Персональный нарратив в современном отечественном документальном кино: автореф. дис. ... канд. искусствоведения. М., 2020. 26 с.
22. Харитонов В.В. VR-документалистика: иммерсивность и этика восприятия // Международный журнал исследований культуры. 2020. № 4 (41). С. 85 – 93.
23. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2006. 308 p.
24. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, MA: MIT Press, 2001. 354 p.
25. Neale S. Genre and Hollywood. London; New York: Routledge, 2000. 336 p.
26. Nichols B. Introduction to Documentary. 3rd ed. Bloomington: Indiana University Press, 2017. 258 p.
27. Plantinga C.R. Rhetoric and Representation in Nonfiction Film. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press, 1997. 255 p.
28. Renov M. (ed.). Theorizing Documentary. New York: Routledge, 1993. 261 p.
29. Ricoeur P. Time and Narrative: in 3 vols. Chicago: University of Chicago Press, 1984-1988.
30. Winston B. Claiming the Real: The Documentary Film Revisited. London: British Film Institute, 1995. 301 p.

References

1. Bakhtin M.M. Aesthetics of Verbal Creativity. Moscow: Iskusstvo, 1979. 424 p.
2. Vartanova E.L. The Russian Media System. Moscow: Aspect Press, 2021. 384 p.
3. Vartanova E.L. The Digital Media Industry: Challenges and Prospects. Moscow: MediaMir, 2023. 412 p.
4. Ginzburg S.S. Essays on Film Theory. Moscow: Iskusstvo, 1974. 264 p.
5. Dvorko N.I. Directing Documentary Films. St. Petersburg: SPbGIK, 2010. 208 p.
6. Dzhulai L.N. Documentary Illusion: An Experience of Social and Philosophical Analysis. Moscow: Materik, 2005. 240 p.
7. Zorkaya N.M. Unique and Replicated: Mass Media and Reproduced Art. Moscow: Iskusstvo, 1981. 167 p.
8. Ivanov V.V. History of Russian Documentary Cinema. Moscow: RIP-holding, 2014. 416 p.
9. Krivulya N.G. Animated Documentary: Problems of Classifying the Hybrid Forms of Post-Digital Culture. Vestnik VGIK. 2020. Vol. 12. No. 3 (45). P. 112 – 127.
10. Lotman Yu.M. Semiotics of Cinema and Problems of Cinema Aesthetics. Tallinn: Eesti Raamat, 1973. 92 p.
11. Lotman Yu.M. About Art. St. Petersburg: Iskusstvo-SPb, 1998. 704 p.
12. Muratov S.A. Documentary Television Film: An Unfinished Biography. Moscow: VK, 2009. 361 p.
13. Prozhiko G.S. The Concept of Reality in a Screen Document: Dis. ... doc. of Art Criticism: 17.00.03. Moscow: VGIK, 2004. 454 p.
14. Prozhiko G.S. Evolution of Genres and Types of Screen Documentaries. Moscow: VGIK, 2010. 320 p.
15. Pronin A.A. Monophonic and Polyphonic Narration in a Documentary Film. Cinema Art. 2019. No. 5. P. 92 – 104.
16. Roshal E.V. In the World of Documentary Cinema. Moscow: Iskusstvo, 2002. 256 p.
17. Samutina N.V. Documentary Cinema and the Culture of Participation. Sociological Review. 2013. Vol. 12. No. 3. P. 54 – 74.
18. Serebryakova S.V., Salomakhin A.Yu. Features of Institutional Parameters of Documentary Film Discourse. Humanitarian and Legal Studies. 2025. Vol. 12. No. 2. P. 333 – 338.
19. Korshunov V.V. Recursive Narrative in Contemporary Documentary Cinema. 11th International Scientific Philological Conference named after Lyudmila Alekseevna Verbitskaya: Abstracts of Papers. SPb.: SPbGU, 2023. P. 78 – 89.
20. Sharikov A.V. Global online information space in 2020: dynamic characteristics. Monitoring public opinion: economic and social changes. 2021. No. 2. P. 34 – 56.
21. Shergova K.A. Personal narrative in contemporary Russian documentary cinema: Abstract of a PhD thesis in art history. Moscow, 2020. 26 p.
22. Kharitonov V.V. VR documentary: immersion and the ethics of perception. International Journal of Cultural Studies. 2020. No. 4 (41). P. 85 – 93.
23. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2006. 308 p.

24. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, MA: MIT Press, 2001. 354 p.
25. Neale S. Genre and Hollywood. London; New York: Routledge, 2000. 336 p.
26. Nichols B. Introduction to Documentary. 3rd ed. Bloomington: Indiana University Press, 2017. 258 p.
27. Plantinga C.R. Rhetoric and Representation in Nonfiction Film. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press, 1997. 255 p.
28. Renov M. (ed.). Theorizing Documentary. New York: Routledge, 1993. 261 p.
29. Ricoeur P. Time and Narrative: in 3 vols. Chicago: University of Chicago Press, 1984-1988.
30. Winston B. Claiming the Real: The Documentary Film Revisited. London: British Film Institute, 1995. 301 p.

Информация об авторах

Ловков М.А., *специалист по координации проектов, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6, lovkov-ma@rudn.ru*

© Ловков М.А., 2026

Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 316.77:070
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-212-215

[1] Дзюбин И.Д. ***[1] Университет «Синергия»***

Специфика масс-медиа как социального института и его роль в обществе

Аннотация: *в рамках данной статьи исследуются теоретические аспекты относительно определения масс-медиа, как основного социального института в рамках современного общества. Оцениваются структурные свойства и характеристики, функциональные особенности и институциональные признаки СМИ. Особого внимания заслуживает трансформация роли и значимости медиа в условиях цифровизации, изменение моделей и форматов взаимодействия с аудиторией, эскалация социально-политических функций.*

Автор статьи приходит к выводу о том, что масс-медиа при сохранении классических функций информирования и социализации обзаводятся чертами и характеристиками «четвертой власти», а также одновременно выступают в качестве институтов социального контроля, систем конструирования действительности и арендой для публичной коммуникации.

Ключевые слова: *масс-медиа, социальный институт, функции медиа, цифровизация, публичная сфера, социальный контроль, конструирование реальности, институциональная трансформация*

Для цитирования: Дзюбин И.Д. Специфика масс-медиа как социального института и его роль в обществе // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 212 – 215. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-212-215

Поступила в редакцию: 19 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Dzyubin I.D. ***[1] Synergy University***

The specifics of mass media as a social institution and its role in society

Abstract: *this article explores theoretical aspects of defining mass media as a fundamental social institution in modern society. The structural properties and characteristics, functional features, and institutional attributes of the media are assessed. Particular attention is paid to the transformation of the role and significance of media in the context of digitalization, changing models and formats of audience interaction, and the escalation of sociopolitical functions.*

The author concludes that while mass media retain their classic functions of information and socialization, they are acquiring the characteristics and features of the "fourth estate," and simultaneously act as institutions of social control, systems for constructing reality, and a vehicle for public communication.

Keywords: *mass media, social institution, media functions, digitalization, public sphere, social control, reality construction, institutional transformation*

For citation: Dzyubin I.D. The specifics of mass media as a social institution and its role in society. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 212 – 215. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-212-215

The article was submitted: April 19, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

В современном обществе СМИ достается ключевая роль, поскольку они пронизывают все аспекты человеческой деятельности – от политики и экономики до частной жизни человека. Как правило, они рассматриваются в роли средств и инструментов передачи данных, однако в XX–XXI столетиях они эволюционировали, в итоге образовался непростой и многофункциональный социальный институт, который характеризуется наличием собственной структуры, нормативно-правовой и ресурсной базы, а также устойчивых механизмов воспроизводства [1].

Актуальность изучения особенностей масс-медиа в качестве социального института связана с возрастанием их влияния на процессы, происходящие в обществе. В период цифровой трансформации, когда наблюдается сосуществование традиционных медиа с социальными сетями и платформенными направлениями, переосмысливается их институциональная природа [2]. Появляется потребность не просто в фиксации изменений, но и в понимании того, как они оказывают влияние на способность выполнять социально значимые функции.

Цель данной статьи состоит в выявлении специфических черт масс-медиа как социального института, характеристике их структурных элементов и анализе трансформации роли медиа в современном обществе.

Материалы и методы исследований

Теоретической и методологической основой исследования выступили труды отечественных и зарубежных ученых в области социологии массовых коммуникаций, медиатеории и институционального анализа [3, 4]. В процессе исследования применялись общенаучные методы анализа, синтеза, сравнительного и структурно-функционального подходов.

В основу исследования были положены научные публикации последних лет, посвященные трансформации медиа в условиях цифровизации, а также классические социологические концепции, рассматривающие социальный институт как устойчивую систему норм, ролей и механизмов регулирования общественных отношений [5].

Результаты и обсуждения

Понятие «социальный институт» в рамках социологической традиции, по Г. Спенсеру, Э. Дюркгейму, Т. Парсонсу и П. Бергеру, подразумевает устойчивый комплекс формальных и неформальных правил, норм и установок, регулирующих определенную область человеческой деятельности [6]. Масс-медиа как социальный институт обладают всеми необходимыми признаками:

Целенаправленность деятельности, связанная с удовлетворением общественных потребностей в информации, коммуникации и ориентации в социальном пространстве.

Наличие формальных и неформальных норм, включающих законодательство о СМИ, профессиональные этические кодексы и редакционную политику.

Устойчивая ролевая структура, включающая журналистов, редакторов, издателей, медиаменеджеров и аудиторию.

Организационные формы и ресурсы в виде редакций, издательств, телерадиокомпаний и цифровых платформ.

Социальная легитимация деятельности медиа и признание их права на распространение общественно значимой информации [7].

В отличие от таких институтов, как семья, образование или религия, масс-медиа являются сравнительно молодым институтом, развитие которого тесно связано с техническим прогрессом, распространением книгопечатания, радио, телевидения и интернета [8].

К числу ключевых функций масс-медиа относятся:

информационная функция;

функция социализации;

интегративная функция;

функция социального контроля;

культурно-воспроизводственная функция [9].

Информационная функция заключается не только в передаче сведений, но и в их интерпретации и селекции. Через механизмы отбора информации у аудитории формируется представление о значимости тех или иных событий [10].

Функция социализации проявляется в трансляции образцов поведения, норм и ценностей. Медиа становятся одним из ведущих институтов формирования общественного сознания наряду с системой образования и семьей [11].

Интегративная функция выражается в создании единого информационного пространства и общей повестки дня. Вместе с тем цифровизация способствует фрагментации аудитории и формированию так называемых «эхо-камер», что снижает уровень общественной консолидации [12].

Особое значение приобретает функция социального контроля. В демократических обществах СМИ традиционно рассматриваются как «четвертая власть», осуществляющая общественный надзор за деятельностью государства, бизнеса и политических институтов.

Для понимания особенностей масс-медиа важное значение имеет теория полей П. Бурдье, согласно которой журналистское поле обладает относительной автономией, но одновременно испытывает влияние экономических и политических факторов.

Развитие цифровых технологий привело к серьезным изменениям институциональной структуры масс-медиа. Среди основных тенденций можно выделить:

деинституционализацию и гибридизацию медиасреды;

смену механизмов социального контроля;

фрагментацию аудитории;

снижение уровня доверия к традиционным СМИ.

Несмотря на это, институт масс-медиа не утрачивает своей значимости, а трансформируется в соответствии с требованиями цифрового общества. Возникают новые формы медиадеятельности, включая фактчекинговые платформы, цифровые медиацентры и мультимедийные редакции [2].

Выводы

Таким образом, масс-медиа представляют собой один из ключевых социальных институтов современного общества, выполняющий информационные, социализирующие, интегративные и контрольные функции. В условиях цифровизации происходит изменение моделей медиакоммуникации, что сопровождается трансформацией институциональной природы СМИ.

Современные медиа не только сохраняют функции распространения информации, но и становятся механизмом конструирования социальной реальности, инструментом общественного контроля и важнейшей площадкой публичной коммуникации. Это свидетельствует о дальнейшем усилении роли масс-медиа в общественной системе.

Список источников

1. Башкиров М.П. Средства массовой информации в социальной сфере // Молодой ученый. 2025. № 5 (556). С. 313 – 314.
2. Гольбрайх В.Б. Социальные медиа в России: новые формы политического участия. Основные подходы (2010–2022) // Власть и элиты. 2024. Т. 11. № 3. С. 118 – 136.
3. Змазнеева О.А. Социология медиакоммуникаций: теория и практика. Москва: Московский городской педагогический университет, 2023. 244 с.
4. Куличкина Г.В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа. Москва: Юрайт, 2023. 197 с.
5. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций: теория и практика. Москва: Юрайт, 2023. 603 с.
6. Смирнова А.В. Институциональная трансформация современных медиа // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2022. № 4. С. 45 – 57.
7. Орлова Е.С. Медиа как институт социального контроля // Социологические исследования. 2023. № 8. С. 97 – 105.
8. Петров А.И. Исторические этапы развития массовых коммуникаций // Научный диалог. 2021. № 11. С. 212 – 224.
9. Козлова М.В. Основные функции средств массовой информации в цифровую эпоху // Гуманитарные науки. 2024. № 2. С. 66 – 74.
10. Лапина И.К. Информационная функция современных медиа // МедиаАльманах. 2022. № 5. С. 54 – 61.
11. Белова Н.С. Социализирующая роль цифровых медиа // Общество: социология, психология, педагогика. 2023. № 9. С. 88 – 93.
12. Егорова Т.П. Фрагментация аудитории в условиях цифровизации // Коммуникология. 2024. Т. 12. № 1. С. 132 – 140.

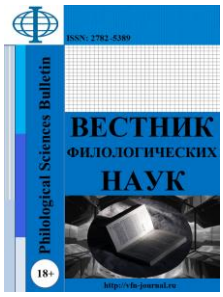
References

1. Bashkirov M.P. Mass Media in the Social Sphere. Young Scientist. 2025. No. 5 (556). P. 313 – 314.
2. Golbraykh V.B. Social Media in Russia: New Forms of Political Participation. Main Approaches (2010–2022). Power and Elites. 2024. Vol. 11. No. 3. P. 118 – 136.
3. Zmazneeva O.A. Sociology of Media Communications: Theory and Practice. Moscow: Moscow City Pedagogical University, 2023. 244 p.
4. Kulichkina G.V. Technological Foundations of Social and Cultural Activities. Mass Media. Moscow: Yurait, 2023. 197 p.
5. Fedotova L.N. Sociology of Mass Communications: Theory and Practice. Moscow: Yurait, 2023. 603 p.
6. Smirnova A.V. Institutional Transformation of Modern Media. Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism. 2022. No. 4. P. 45 – 57.
7. Orlova E.S. Media as an Institution of Social Control. Sociological Research. 2023. No. 8. P. 97 – 105.
8. Petrov A.I. Historical Stages of Mass Communications Development. Scientific Dialogue. 2021. No. 11. P. 212 – 224.
9. Kozlova M.V. Main Functions of Mass Media in the Digital Age. Humanities. 2024. No. 2. P. 66 – 74.
10. Lapina I.K. Information Function of Modern Media. Media Almanac. 2022. No. 5. P. 54 – 61.
11. Belova N.S. The Socializing Role of Digital Media. Society: Sociology, Psychology, Pedagogy. 2023. No. 9. P. 88 – 93.
12. Egorova T.P. Audience Fragmentation in the Context of Digitalization. Communicology. 2024. Vol. 12. No. 1. P. 132 – 140.

Информация об авторах

Дзюбин И.Д., *Университет «Синергия», Москва, ivannndzyubin@mail.ru*

© Дзюбин И.Д., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки)
УДК 821.161.1.09+81'282.2
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-216-221

[1] Кочуланова Е.В.

[1] Михайловская военная артиллерийская академия

Регионализмы как маркеры локальной идентичности в творчестве курского писателя М.Н. Еськова

Аннотация: *статья посвящена анализу регионализмов в прозе курского писателя Михаила Николаевича Еськова (1924–1992) как инструмента конструирования локальной идентичности. Цель исследования – рассмотреть региональные языковые единицы в художественных текстах писателя («Дубрава», «Солнечный ветер», «Кержаки» и др.) как маркеры курского культурного пространства. Методологическую основу составляют контекстуальный анализ, лингвокультурологический и лингвогеографический подходы. В результате исследования установлено, что регионализмы в прозе Еськова образуют пять тематических групп: номинации человека и характера, быта и хозяйства, природы и ландшафта, труда и орудий, еды и одежды. Каждая группа выполняет специфические художественные функции – номинативную, характерологическую, этнографическую, стилистическую, мемориальную и идентифицирующую. Показано, что региональная лексика формирует языковую карту Курской области, создаёт эффект аутентичности и обеспечивает эмоциональную связь читателя с локальным культурным пространством. Сделан вывод о том, что регионализмы в творчестве Еськова являются системным художественным средством, а не декоративным элементом, и выступают одновременно инструментом сохранения культурологической памяти и конструктором регионального текста.*

Ключевые слова: *регионализмы, локальная идентичность, М.Н. Еськов, курский текст, диалектная лексика, региональная литература, художественные функции*

Для цитирования: Кочуланова Е.В. Регионализмы как маркеры локальной идентичности в творчестве курского писателя М.Н. Еськова // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 216 – 221. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-216-221

Поступила в редакцию: 19 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Kochulanova E.V.

[1] Mikhailovskaya Military Artillery Academy

Regionalisms as markers of local identity in the works of Kursk writer M.N. Eskov

Abstract: *the article is devoted to the analysis of regionalisms in the prose of the Kursk writer Mikhail Nikolaevich Eskov (1924–1992) as a tool for constructing local identity. The aim of the study is to examine regional lexical units in the writer's fiction texts ("Dubrava", "Solnechnyi veter", "Kerzhaki", etc.) as markers of the Kursk cultural space. The methodological framework comprises contextual analysis, linguocultural, and linguogeographic approaches. The study identifies five thematic groups of regionalisms in Eskov's prose: nominations of person and character, everyday life and household, nature and landscape, labour and tools, food and clothing. Each group performs specific artistic functions – nominative, characterological, ethnographic, stylistic, memorial and identifying. It is demonstrated that*

regional vocabulary forms a linguistic map of the Kursk region, creates an effect of authenticity, and establishes an emotional connection between the reader and the local cultural space. The conclusion is drawn that regionalisms in Eskov's work constitute a systemic artistic device rather than a decorative element, functioning simultaneously as an instrument of cultural memory preservation and as a constructor of regional text.

Keywords: *regionalisms, local identity, M.N. Eskov, Kursk text, dialect vocabulary, regional literature, artistic functions*

For citation: Kochulanova E.V. Regionalisms as markers of local identity in the works of Kursk writer M.N. Eskov. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 216 – 221. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-216-221

The article was submitted: April 19, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

В контексте современного филологического регионализма исследование локальной лексики как носителя культуры памяти и индикатора территориальной самоидентификации является приоритетным. Региональный текст – категория уже достаточно устоявшаяся в науке – понимается не как фиксированная географическая ссылка, но как своеобразное, органическое встраивание творения в пространство, язык и менталитет конкретного региона [10]. На стыке лингвистики, литературоведения и культурологии возникает принципиальный вопрос: почему и как языковые единицы (в особенности регионализмы) строят локальную идентичность текста.

Русский писатель Михаил Николаевич Еськов (1924–1992) в этом отношении представляет особый интерес. Родившись в Курской губернии, он создал прозу, глубоко проникшую в реалии деревенского мира середины XX века: повести «Дубрава», «Солнечный ветер», «Кержаки» и многочисленные рассказы запечатлевают уходящий крестьянский уклад во всей аутентичности речи, быта и мировосприятия [1]. Диалектная лексика у Еськова – не экзотический орнамент, а органическая часть художественного мира, привязывающая текст к определённому месту и времени [2].

Степень исследованности темы вариативна. Диссертационное исследование Е.В. Черемисиной рассматривало язык прозы Еськова в сфере филологической регионалистики и положило начало систематизации диалектной лексики [1]. Несколько исследований проведены по диалектной основе его творчества [2]. Но отношение регионализмов и механизмов построения локальной идентичности недостаточно прояснено. Статья настоящая направлена на то, чтобы восполнить этот пробел.

Цель статьи – анализ регионализмов в прозе М.Н. Еськова как средства конструирования локальной идентичности курского текста. Задачи: определить ключевые понятия («регионализм», «локальная идентичность»); сгруппировать регионализмы по тематикам; охарактеризовать их функции в художественном тексте; продемонстрировать возможности локальной лексики в создании образа Курского края.

Материалы и методы исследований

Для исследования были взяты повести и рассказы М.Н. Еськова, в особенности «Дубрава», «Солнечный ветер», «Кержаки». В качестве методологической основы используются методы контекстного анализа, лингвокультурные и лингвогеографические подходы. Теоретическая основа исследования базируется на двух ключевых понятиях: Регионализмы. Сегодняшняя лингвистика не имеет чёткого определения этого термина по причине его статуса пограничного между диалектологией, социолингвистикой и стилистикой. При этом регионализмы являются словами и выражениями, употребление которых географически ограничено (в пределах языка), и которые не входят в норму общелитературного языка [3]; в более узком контексте это «слова, которые известны носителям языка конкретного региона, но отсутствуют в литературном языке или являются диалектными либо региональными» [9].

Необходимо провести четкое разграничение между регионализмами и близлежащими понятиями: диалектизмами (языковыми единицами, характерными для отдельных говоров, приведёнными в атласах), просторечием (внелитературной, социальной речью без территориальной ориентации) и локализмами (языковыми единицами, ограниченными территорией одного населённого пункта). Регионализм – широкое понятие, по сравнению с диалектизмом, но более узкое, чем просторечие, так как оно территориально ограничено, в противоположность этому [3]. В художественном тексте регионализмы получают дополнительное стилистическое измерение: на их основе возможно охарактеризовать речь героя, создать местный колорит, отецануть культурную принадлежность текста [3].

Локальная идентичность как лингвокультурологическая категория. Термин заимствован из социологии и культурной антропологии, где понятие рассматривается как система взглядов, ценностей и практик, которые связывают индивида с местом [7]. В рамках анализа текста локальная идентичность представлена как система языковых, образных и сюжетных маркеров, формирующая образ «своего» пространства и обеспечивающая эмоциональную привязку автора, героя и читателя к малой родине [6]. Теория регионального текста, разработанная на основе собирательных материалов сибирского, уральского, поволжского дискурсов, выводит «местный» текст через показатели хронотопа, системы персонажей, ценностных ориентаций и, наиболее существенно, языка [5]. Стилистические маркеры работают на лексическом, фонетическом, синтаксическом и прагматическом уровнях, формируя доход до умопостигаемого эффекта аутентичности [4, 6]. Для курского регионального текста основополагающими маркерами являются южнорусские диалектные признаки: вокальные особенности, лексика, связанная с бытом, трудом и природой, библейские фразы, пословицы и поговорки характерные для курских говоров [6]. Это тот самый материал, на котором строится художественный мир прозы М.Н. Еськова.

К изучению текста во взаимодействии с локальным культурным пространством в регионалистике относят рассмотрение языка как носителя коллективной памяти и средства территориальной самоидентификации [8]. С этой точки зрения проза Еськова – это эталонный «курский текст»: писатель не просто пользовался диалектной лексикой, но внедрял её в художественную систему, в которой каждый регионализм выступал с определённой смысловой и идентификационной нагрузкой [1]. Е.В. Черемисина приводит, что в диалогах произведений Еськов до 15–20 % составляют регионализмы, отражающие быт Курского края 40–60-х годов 20 века [1]. Такого рода проза становится, следовательно, не только художественным, но и этнографическим документом эпохи [2].

Результаты и обсуждения

Регионализмы в прозе М.Н. Еськова: общая характеристика

Становление художественного мира у Еськова проходит через противопоставление двух пространств: деревни и города, «своего» и «чужого», исконного и покинутого. Это противостояние проводится в каждом элементе текста, и прежде всего в лексике: регионализмы выступают маркером «своего» пространства, принадлежность к которому определяется через владение языком [5, 10].

Диалектный фон прозы Еськова построен на южнорусских говорах Курской области с их фонетическими и лексическими особенностями. Вместе с тем писатель не воспроизводит диалект механически: регионализмы вводятся в авторскую речь и реплики персонажей выборочно, с художественным смыслом. Их концентрация выше в бытовых и природных описаниях, в разговорах старшего поколения, в сценах коллективного труда – там, где формируется образ «настоящей» деревни, неразрывной с её языком [2].

Курский колорит наиболее ярко проявляется в повести «Дубрава» в описаниях сельскохозяйственных работ и природного цикла [1]. «Солнечный ветер» акцентирует преемственность языка: в речи старых крестьян обилие регионализмов, у молодёжи язык более «стандартный» – и это само по себе художественный приём, фиксирующий культурный разрыв. «Кержаки» накладывают на курский диалектный фон дополнительный пласт – старообрядческую лексику [2]. Регионализм у Еськова – системное явление, питающееся топонимикой, антропонимикой, пословицами и диалектными особенностями народного языка [8].

Тематические группы регионализмов

Систематизация региональной лексики у Еськова позволяет выделить пять крупных тематических блоков, представляющих разные аспекты локальной идентичности. Таксономия базируется на исследовании Е.В. Черемисиной и дополнена наблюдениями над художественными функциями каждого класса [1].

Человек и характер. В эту группу входят слова, описывающие людей по внешности, повадкам и нраву: «петух» (гордец, задира), «заморыш» (худой, болезненный человек), «задохлик» (хилый), «горлопан» (крикун), «шалыган» (злодей) [1, 2]. Большинство этих слов пейоративны – они выражают иронически-критическое отношение к человеческим недостаткам, характерное для крестьянского менталитета. Чувство юмора, самоирония и прямота оценок, типичные для курского менталитета, нашли отражение в данном лексическом пласте [6].

Быт, дом и хозяйство. Наиболее многочисленная группа: «кухарня» (кухня), «гумно» (ток, место молотьбы), «рубель» (рифлёная полоска для катания белья), «кадка» (деревянная бочка), «завеска» (фартук), «прясло» (секция забора или плетня) [1]. Эти слова называют объекты и пространства, составлявшие материальный мир курской деревни. Их присутствие в тексте придаёт прозе этнографическую достоверность и создаёт эффект удалённости во времени: регионализмы выполняют роль «мемориала» [2, 3].

Природа и ландшафт. «Суходол» (сухая долина), «ольшаник» (заросли ольхи), «бережок» (берег реки или оврага), «полынь» как символ горечи и родной земли, «бурьян» (высокие сорные травы) формируют

хронотоп курских равнин [9]. Географический ландшафт воспроизводится не через нейтральную общерусскую лексику, а через слова, характеризующие именно этот край [10]. Природный пейзаж у Еськова «одомашнен»: «суходол» – место, куда гнали скот; «ольшаник» – источник хвороста. Регионализмы фиксируют слияние человека и природы, присущее традиционному деревенскому укладу [8].

Труд и орудия. «Серпуха» (работа серпом), «косарь» (косец), «цеп» (ручное орудие для молотьбы), «бороньба» (боронование), «жнейка» (жнея) – лексика данной группы отражает традиционный крестьянский труд [1, 2]. Еськов описывает работу изнутри, взглядом человека, для которого эти слова – не архаизмы, а часть повседневной реальности. Трудовая лексика приобретает социально-идентифицирующий характер: знающий «бороньбу» и умеющий держать «цеп» – «свой»; не знающий – «чужой», городской. Эта оппозиция читается в лексических различиях речей персонажей [5, 6].

Еда и одежда. «Кашач» (жидкое кушанье на основе каш), «онучки» (куски ткани вместо носков), «лапоть», «рядно» (толстая ткань из грубого волокна) – этот пласт отражает материальный быт беднейшего крестьянства военных и послевоенных лет [1]. В этих словах не только этнографический, но и социальный смысл – речь идёт о нищете и выживании [7].

Таблица 1

Тематические группы регионализмов в прозе М.Н. Еськова.

Table 1

Thematic groups of regionalisms in the prose of M.N. Eskov.

Тематическая группа	**Примеры регионализмов**	**Функция идентификации**
Человек и характер	*петух, заморыш, задохлик, горлопан*	Менталитет курянина: практицизм, ирония, самооценка
Быт и хозяйство	*кухарня, гумно, рубель, кадка*	Уклад деревенской жизни, материальная культура
Природа и ландшафт	*суходол, полынь, бережок, ольшаник*	Хронотоп курских равнин и речных долин
Труд и орудия	*серпуха, косарь, цеп, бороньба*	Крестьянский труд как основа локальной культуры
Еда и одежда	*кашач, онучки, лапоть, завеска*	Этнографический слой, память о традиционном быте

Художественные функции регионализмов

Регионализмы в прозе Еськова работают на нескольких уровнях текста одновременно [3]. Выделим основные функции.

Номинативная функция. Регионализмы обозначают реалии, для которых литературный язык не имеет точного эквивалента. «Гумно» – это не просто «ток» в абстрактном значении, а конкретное пространство курской усадьбы со своими запахами, звуками и социальными смыслами. Регионализм точнее литературного синонима, поскольку «родился» в данной реальности [3].

Характерологическая функция. Через речевую характеристику Еськов рисует психологические портреты героев [1]. Старая крестьянка, произносящая «кухарня» вместо «кухня», «завеска» вместо «фартук», – живой человек с конкретной биографией. Регионализмы становятся символом подлинности героя – его принадлежности к месту, времени и социальному слою [4].

Этнографическая функция. Еськов запечатлевает уходящий мир: большинство реалий, обозначаемых регионализмами, к моменту написания произведений уже исчезали [2]. Художественный текст выполняет функцию этнографической летописи – сохраняет в языке то, чего нет в бытовом употреблении [8].

Стилистическая функция. На уровне стиля регионализмы формируют доверительную, «домашнюю» тональность повествования [3]. Нарратор Еськова говорит как человек, знавший изнутри тот мир, о котором повествует, – это сближает автора и читателя [1].

Мемориальная функция. Региональные единицы несут память о прошлом – о детстве автора, о военных и послевоенных годах, об уходящем поколении [7]. В этом смысле проза Еськова пересекается с «деревенской прозой» с её пафосом сохранения и памяти [10].

Идентифицирующая функция. Регионализмы конструируют границу «свой/чужой» и создают локальную идентичность текста [5, 6]. Встречая знакомые слова, курский читатель испытывает эффект узнавания; для «внешнего» читателя регионализмы открывают «экзотику» местной культуры [4]. В обоих случаях они маркируют принадлежность текста к определённому культурному пространству. Пример из Солнечного ветра типичный: «Петух он и есть петух, хоть в Курске, хоть в Москве», – говорит одна из героинь. Регио-

нализм «петух» в значении «яростный спорщик, задира» выступает одновременно как номинативный человеческий тип, как речевая характеристика говорящей и – на основе оппозиции «Курск – Москва» – как знак локальной идентичности, свободной от географических перемещений [1].

Регионализмы как конструкторы локальной идентичности

Локальная идентичность в художественном тексте не является изначально заложенным элементом – она конструируется через систему устойчивых маркеров, к которым относятся и регионализмы [6]. У Еськова эти маркеры образуют плотный языковой слой, охватывающий все уровни воспроизводимой реальности – от хозяйственного уклада до природного ландшафта. Система регионализмов формирует «языковую карту» Курской области, параллельную географической, но переключённую на культурную и эмоциональную память [9, 10].

Примечательно, что у Еськова регионализмы концентрируются в тех отрывках, где писатель обращается к самому дорогому: детству, близким, родному дому [1]. «Кухарня», «гумно», «суходол» звучат тогда, когда автор говорит о самом главном. Образ курского села складывается не из абстрактной «деревни вообще», а из конкретного места со своим бытом и природой: «рубель» на лавке, «онучки» у порога, «суходол» за огородами, «гумно» в конце улицы – каждая деталь называется местным словом, и в совокупности они создают уникальный «адрес» художественного пространства [1, 3].

Одним из важнейших следствий насыщенности прозы Еськова регионализмами является эффект аутентичности – ощущение читателем, что перед ним не стилизация, а реальная речь данного места и времени [3, 4]. Этот эффект принципиален для литературы, стремящейся к правдивому изображению народной жизни: он рождает доверие к нарратору и изображаемому миру [10]. Регионализмы – главный инструмент производства этой художественной иллюзии.

В более широком историко-культурном контексте регионализмы у Еськова – форма символического сопротивления нивелированию. В период, когда советская культурная политика стирала региональные различия, писатель последовательно утверждал ценность местного, антитезу усреднённого [10]. Его диалектная лексика – художественный манифест в защиту малой родины.

Выводы

Проведённый анализ подтверждает исходную гипотезу: регионализмы в текстах М.Н. Еськова не высыхают только стилистикой речи. Они – это средства идентификации и маркеры «прикрепления» текста к курскому культурному полю, формирующие логосфенический эффект местной речи [1, 2]. Пять тематических областей региональной лексики – номинации человека и его характера, быта и хозяйства, природы и ландшафта, труда и орудий труда, пищи и одежды – охватывают все сферы деревенской жизни и дают в совокупности «языковой портрет» Курской области середины XX века [1].

Каждая группа осуществляет специфические художественные функции – номинативную, характерологическую, этнографическую, стилистическую, мемориальную и идентифицирующую [3, 6]. Основной вывод: с помощью регионализмов в прозе Еськова представлены пространство, быт, память и система ценностей курской деревенской жизни. Региональная лексика является художественным средством конструирования текста региона и элементом сохранения культурологической памяти территории [5, 8].

Еськов занимает особое место в «деревенской прозе» как создатель системного, локально-идентифицированного художественного мира [10]. Перспективы дальнейших исследований видятся в сравнительном рассмотрении региональных лексических систем в творчестве других курских писателей, а также в анализе взаимоотношения локально конструируемой идентичности с национальной идентичностью в литературе «деревенской прозе» [4, 7].

Список источников

1. Черемисина Е.В. Язык художественной прозы М.Н. Еськова в аспекте филологической регионалистики: дис. ... канд. филол. наук. Курск, 2001. URL: https://www.dissercat.com/content/yazyk-khudozhestvennoi-prozy-mn-eskova-v-aspekte-filologicheskoi-regionalistiki (дата обращения: 20.03.2025).
2. Диалектная основа прозы М.Н. Еськова // Киберленинка. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dialektnaya-osnova-prozy-m-n-eskova (дата обращения: 20.03.2025).
3. Регионализмы и их роль в художественном тексте // Науч.-техн. журнал. URL: http://nauteh-journal.ru/files/e9dd56dd-8006-4ae2-99bd-b71d2071c0e1 (дата обращения: 20.03.2025).
4. Алексеева Е.А. Региональная идентичность как объект лингвокультурологического анализа // Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2024. URL: https://vestnik-filologiya-lingvodidaktika.mgpu.ru/wp-content/uploads/sites/6/2024/01/alekseeva-e-a.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

5. К теории региональной идентичности литератур (на материале литератур Поволжья) // Киберленинка. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-teorii-regionalnoy-identichnosti-literatur-na-materiale-literatur-povolzhya (дата обращения: 20.03.2025).

6. Исследование региональной идентичности в лингвокультурологическом аспекте // Киберленинка. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-regionalnoy-identichnosti-v-lingvokulturologicheskom-aspekte (дата обращения: 20.03.2025).

7. Исследования локальных идентичностей // Российская региональная социология. URL: https://rrsociology.ru/journal/annotation/1154/ (дата обращения: 20.03.2025).

8. Региональные исследования в фольклористике и этнолингвистике: проблемы и перспективы // Фольклорный центр. URL: https://www.folkcentr.ru/regionalnye-issledovaniya-v-folkloristike-i-etnolingvistike-problemy-i-perspektivy/ (дата обращения: 20.03.2025).

9. Лексический атлас русских народных говоров / под ред. С.А. Мызникова. Санкт-Петербург, 2019. URL: https://pureportal.spbu.ru/files/88064115/_2019.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

10. Восток – Запад: пространство локального текста в литературе и фольклоре // Сборник научных трудов. Москва: Изд-во НИУ ВШЭ, 2020. URL: https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/293158890.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

References

1. Cheremisina E.V. The Language of M.N. Eskov's Fiction in the Aspect of Philological Regional Studies: Diss. ... Cand. Philological Sciences. Kursk, 2001. URL: https://www.dissercat.com/content/yazyk-khudozhestvennoi-prozy-mn-eskova-v-aspekte-filologicheskoi-regionalistiki (accessed: 20.03.2025).

2. The Dialectal Basis of M.N. Eskov's Prose. Cyberleninka. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dialektnaya-osnova-prozy-m-n-eskova (accessed: 20.03.2025).

3. Regionalisms and Their Role in Fiction. Scientific and Technical Journal. URL: http://nauteh-journal.ru/files/e9dd56dd-8006-4ae2-99bd-b71d2071c0e1 (accessed: 20.03.2025).

4. Alekseeva E.A. Regional identity as an object of linguocultural analysis. Bulletin of Moscow State Pedagogical Univ. Series "Philology. Theory of Language. Language Education". 2024. URL: https://vestnik-filologiya-lingvodidaktika.mgpu.ru/wp-content/uploads/sites/6/2024/01/alekseeva-e-a.pdf (accessed: 20.03.2025).

5. Toward a theory of regional identity of literatures (based on the literatures of the Volga region). Cyber-Leninka. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-teorii-regionalnoy-identichnosti-literatur-na-materiale-literatur-povolzhya (accessed: 20.03.2025).

6. A study of regional identity in the linguocultural aspect. Cyberleninka. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-regionalnoy-identichnosti-v-lingvokulturologicheskom-aspekte (accessed: 20.03.2025).

7. Research of local identities. Russian regional sociology. URL: https://rrsociology.ru/journal/annotation/1154/ (accessed: 20.03.2025).

8. Regional Studies in Folklore and Ethnolinguistics: Problems and Prospects. Folklore Center. URL: https://www.folkcentr.ru/regionalnye-issledovaniya-v-folkloristike-i-etnolingvistike-problemy-i-perspektivy/ (accessed: 20.03.2025).

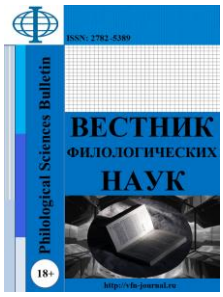
9. Lexical Atlas of Russian Folk Dialects. Edited by S.A. Myznikov. St. Petersburg, 2019. URL: https://pureportal.spbu.ru/files/88064115/_2019.pdf (accessed: 20.03.2025).

10. East – West: Space of Local Text in Literature and Folklore. Collection of Scientific Papers. Moscow: HSE Publishing House, 2020. URL: https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/293158890.pdf (accessed: 20.03.2025).

Информация об авторах

Кочуланова Е.В., *кандидат филологических наук, Михайловская военная артиллерийская академия, sirena248@gmail.com*

© Кочуланова Е.В., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (германские языки) (филологические науки)
УДК 811.111
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-222-228

[1] Муравьев Ю.А.

[1] Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы

Частотность и контекстуальные значения русскоязычных заимствований в американском публицистическом дискурсе

Аннотация: *в статье рассматриваются частотные русскоязычные заимствования в английском языке и их контексты в современном американском публицистическом дискурсе. Материалом исследования является корпус из 244 текстов четырех ведущих американских англоязычных изданий (The Atlantic, TIME, New Yorker, Haprer's Magazine), опубликованных за период с 2017 по 2021 годы. В работе применяются методы корпусной лингвистики, этимологический метод, методы семантики, контекстуальный и дискурсивный анализ, лингвистическая компаративистика. В результате анализа выделены четыре основные группы русскоязычных заимствований, которые, во-первых, достаточно частотны в исследованном корпусе текстов, и, во-вторых, обладают достаточно вариативным контекстом, чтобы представлять интерес для авторов в качестве самостоятельных экспрессивных средств (тропов) английского языка. В работе показано, какие образы и фреймы моделируются авторами с помощью русскоязычных заимствований (советизмов и русизмов), как именно формируются оценочные рамки восприятия текста. Статья позволяет установить степень и характер межязыковых взаимодействий в паре неродственных языков (русский и английский), раскрыть особенности интерференции смысловых полей исследуемых лексем.*

Ключевые слова: *медиадискурс, русизмы, советизмы, фреймовый анализ, этимология, сравнительное языкознания, семантика*

Для цитирования: Муравьев Ю.А. Частотность и контекстуальные значения русскоязычных заимствований в американском публицистическом дискурсе // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 222 – 228. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-222-228

Поступила в редакцию: 20 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Muravyev Yu.A.

[1] Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

Frequency and contextual meanings of Russian-language borrowings in American journalistic discourse

Abstract: *the article examines frequent Russian-language borrowings into English and their contexts in contemporary American journalistic discourse. The research material is a corpus of 244 texts from four leading American English-language publications (The Atlantic, TIME, New Yorker, Harper's Magazine), published over the period from 2017 to 2021. The study employs corpus linguistics methods, the etymological method, semantic methods, contextual and discourse analysis, and linguistic comparative studies. As a result of the analysis, four main groups of Russian-language borrowings have been identified, which, first, are fairly frequent in the studied text corpus, and, second, have a sufficiently variable context to be of interest to authors as tropes of the English language.*

The paper demonstrates which images and frames are modeled by the authors using Russian-language borrowings (Sovietisms and Russianisms), and how exactly the evaluative frameworks of text perception are formed. The article allows establishing the degree and nature of interlingual interactions in a pair of unrelated languages (Russian and English), revealing the features of interference in the semantic fields of the studied borrowings.

Keywords: *media discourse, Russianisms, Sovietisms, frame analysis, etymology, comparative linguistics, semantics*

For citation: Muravev Yu.A. Frequency and contextual meanings of Russian-language borrowings in American journalistic discourse. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 222 – 228. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-222-228

The article was submitted: April 20, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Современные методы и инструменты оценки лексической частотности значительно расширили возможности сравнительно-сопоставительных и этимологических исследований текстов различных жанров на английском языке. В настоящей работе рассматриваются контексты русскоязычных заимствований (советизмов и русизмов) в дискурсе современных американских политических СМИ. Американский рынок печатных СМИ, как наиболее объемный и емкий из глобальных медиа рынков на английском языке, является репрезентативным корпусом текстов для выявления и изучения частотных русскоязычных заимствований в медиасреде.

Цель работы заключается в том, чтобы установить степень и характер межязыковых взаимодействий частотных заимствований из русского языка в английский в паре неродственных языков (русский и английский), раскрыть особенности интерференции смысловых полей исследуемых лексем.

Задачами данного исследования является анализ частотности, контекстуальных значений и эмоциональной окраски русизмов и советизмов в современном американском политическом дискурсе с помощью: (а) наблюдения за тенденциями в использовании русизмов и советизмов в корпусе публицистических текстов за 5-летний период (2017-2021); (б) оценки изменений в частотности, контекстуальной вариативности и тональности таких заимствований и (в) составления выводов о будущем русизмов и советизмов в американском варианте английского языка в рамках публицистического дискурса.

Исследование в первую очередь сосредоточено на политических реалиях советской эпохи и холодной войны, поскольку исторически они были наиболее значительными заимствованиями из русского языка в английский язык согласно научной литературе [7] и лексикографическим источникам.

Статья позволяет понять, какие именно основные группы русскоязычных заимствований (русизмов и советизмов) являются: во-первых, достаточно частотными в исследованном корпусе текстов; во-вторых, обладают достаточно вариативным контекстом и коннотациями, чтобы представлять интерес для авторов публицистических текстов в качестве самостоятельных экспрессивных средств английского языка.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования является корпус из 244 текста четырех ведущих американских англоязычных изданий (The Atlantic, TIME, New Yorker, Haprer's Magazine), опубликованных за период с 2017 по 2021 годы. Источники для анализа подбирались с учетом жанрового разнообразия нехудожественных текстов публицистического характера, в которых предполагалось использование авторами-носителями английского языка русизмов и советизмов. Сформированный письменный корпус является относительно репрезентативным для целей исследования (более 244 электронных выпусков четырех качественных американских периодических журналов общим объемом свыше 5000 страниц).

Газеты для массовой аудитории, новостные веб-сайты, таблоиды и авторские блоги не были включены в корпус, поскольку они содержали слишком много не относящейся к теме исследования информации развлекательного характера. В то же время, подписные периодические журналы в США из-за редакторского контроля качества контента всегда были ориентированы на более осведомленную и образованную аудиторию. Это именно тот тип СМИ, где профессиональные журналисты могут чаще всего использовать советизмы и русизмы в качестве политических отсылок, тропов, значимых культурных реалий.

К корпусу применялся набор программных средств и скриптов с открытым исходным кодом, чтобы гарантировать повторяемость процедуры сбора исследовательских данных. Все выпуски журналов были преобразованы в текстовый формат txt и затем собраны в один большой текстовый файл. Скрипты на Python

3.8 использовались для предварительной обработки корпуса, нормализации, маркировки советизмов и русизмов, токенизации, установления частотного распределения, создания облака слов. Программа AntWordProfiler 1.5.1w для лингвистического анализа послужила инструментом для дополнительного автоматического подсчета частотности в корпусе. Microsoft Excel с надстройкой ToolPak использовался для сравнения собранных данных по годам и для создания графиков и диаграмм. Количественные результаты, полученные из корпуса, затем были проанализированы вручную с помощью сервиса Google nGram для выявления тенденций и изменений в частотности и контекстуальных значений [2, 3, 10].

Основной список для частотного анализа и контрольный список для анализа контекста были применены к корпусу текстовых данных для каждого года наблюдений и в целом. Наборы данных были затем экспортированы в Microsoft Excel для создания графиков и выявления основных различий в переменных для каждого средства массовой информации в корпусе.

В работе применялись методы корпусной лингвистики, этимологический метод, методы семантики, контекстуальный и дискурсивный анализ, лингвистическая компаративистика.

1. Корпусный метод потребовался для формирования репрезентативной эмпирической основы исследования; анализ 244 выпусков журналов позволил определить устойчивые языковые закономерности (частотность, тональность, контекстуальная вариативность), характерные для русизмов и советизмов, используемых в американском медиа-дискурсе.
2. Этимологический метод был необходим для установления списка русизмов и советизмов, а также для определения изменений смысловых полей терминов при заимствовании и редеривации (например, вариативность значений суффикса -nik).
3. Контекстуальный анализ использовался для раскрытия дополнительных значений русизмов и советизмов, которые использовались авторами публицистических текстов в качестве самостоятельных экспрессивных средств (тропов) английского языка.
4. Дискурсивный анализ и методы семантики (рефлексивный анализ состава слова, простой и оппозитивный компонентный анализ, интерпретация смысловых полей с помощью тезаурусов, нейросетей и лексикографических источников разных лет) позволили точнее определить тональность и субъективное намерение авторских высказываний в сложных случаях языковой игры, политического юмора, идиоматической речи, которые часто встречаются в публицистических текстах для образованной аудитории.
5. Наконец, методы лингвистической компаративистики помогли проводить сравнительно-сопоставительный анализ грамматических характеристик лексем неродственных языков (русского и английского).

Результаты и обсуждения

В современной американской публицистике русизмы и советизмы служат различным целям: журналисты используют их как экспрессивные средства языка; историки и эксперты применяют советизмы как политические отсылки к эпохе холодной войны; режиссеры и сценаристы прибегают к экзотизмам из русского языка, чтобы вызвать ассоциации с концептом «иного». Заимствования из русского языка придают повествованию семантическую глубину, используются в качестве тропов, а также как составные части словообразовательной контаминации (например, частотные слова "битник" или "аппаратчик").

Для отбора наиболее значимых заимствований обратимся к лексикографии. Советизмы образуют основной массив заимствований из русского языка согласно наиболее полным лексикографическим источникам (Кембриджский словарь, Оксфордский словарь английского языка, словарь Merriam-Webster и словарь современного английского языка Longman). При этом нельзя сказать, что советизмы и русизмы сильно влияют на лексический состав английского языка. Например, Деркин [4] называет русский язык только четырнадцатым по значимости языком-донором в истории современного английского языка.

Третье издание Оксфордского словаря английского языка, авторитетного лексикографического источника, содержит около 550 русизмов и советизмов, которые встречаются в политическом дискурсе США: заимствованные слова-реалии ("samizdat"), примеры лексической контаминации (слова с суффиксом "-nik", такие как "Sputnik"), исторические термины ("Decembrist", "pioneer"). При этом русизмы и советизмы зачастую претерпевают фонетическую и лексическую интерференцию (например, "пионер" как заимствованное слово означало бы "политическая организация в защиту детей в Советском Союзе", а не "первооткрыватель").

Холлидей, Костомаров и Верещагин определяли советизмы как "реалии и явления советского периода истории России, которые часто неэквивалентны при переводе, так как отражают реалии ушедшей эпохи" [6]. Влахов и Флорин классифицировали их как региональные реалии, значимые для Восточного блока, поскольку они широко использовались не только в СССР, но и во многих социалистических странах.

Например, Аждукович [1] выделяет ключевые типы славянизмов на основе языкового материала, собранного в бывшей Югославии: 1) заимствования, сохранившие прочную формально-семантическую связь с соответствующим словом в русском языке; 2) заимствования, частично или полностью утратившие свою формально-семантическую связь с оригиналом вследствие адаптации, интерференции или редеривации; (3) заимствования из славянских языков в английский язык через третий язык-посредник (например, немецкий и идиш).

Подгаецка [8] предлагает полезную тематически-функциональную классификацию русизмов и советизмов в английском языке, подразделяя слова на относящиеся к: (a) экономике и торговле ("артель"), (б) науке и технике ("токамак"), (в) человеку и обществу ("интеллигенция"), (г) политической жизни ("диссидент"), (e) искусство и культура ("конструктивизм"), (f) дом и семья ("пирог") и (g) религия ("старец"). Однако такая классификация не учитывает, что из-за интерференции встречаются случаи употребления русизмов и советизмов в контекстах, прямо не связанных с российскими или советскими реалиями. Кроме того, не всегда понятно идет ли речь о русизме или о славянизме (например, слово “pierogi” может рассматриваться как слово польского происхождения, но с изменением значения).

Изменение семантического поля таких слов может быть существенным для жанров публицистического стиля. Так, в современном политическом дискурсе слово "tsar" (вариант – "czar") означает крупного бизнесмена в своей области или человека, которому правительство предоставило особые полномочия, в то время как лексемы "tsarina" (“czarina”) сохраняют первичное историческое значение.

В современном публицистическом дискурсе производные формы русизмов и советизмов подвергаются различным фонетическим, морфологическим и семантическим изменениям. Элементы игры слов и идиоматического языка, основанные на использовании советизмов и русизмов, используются журналистами как элементы авторского стиля или для усиления высказывания (например, русизм "nudnik", являющийся смешанной формой русского "зануда" и суффикса "-nik", означающего "раздражающий или скучный человек, особенно тот, кто всегда критикует или жалуется") [7].

Исторически существовало пять исторических периодов заимствования из русского в английский язык [9]:

1. В допетровский период (до 1689 г.) заимствования из русского в английский были редки и обычно описывали реалии повседневной жизни, с которыми сталкивались английские торговцы (например, древнеанглийское "meodu", современное английское "mead" и старославянское “mëd”, означающее как мед, так и алкогольный напиток, приготовленный из меда, который пили в прошлом на феодальных пирах).

2. Частые деловые контакты между Россией и Западом в XVII-XVIII веках ознаменовались интенсивным обменом лексикой по судостроению, экономике и торговле (например, "соболиный мех" в английском языке и "sobol", то есть, мех (пушнина) небольшого сибирского животного, важный экспортный товар).

3. Несколько латинизмов были заимствованы из русского языка в английский в течение третьего периода (1800-1917) для обозначения исторических и политических реалий ("нигилист", "декабрист", “интеллигенция”). После заимствований в английский язык многие слова поменяли значение. Например, слово "декабрист" используется в американской публицистике как имя нарицательное для обозначения любого радикального республиканца, готового продвигать дело революции с оружием в руках [5].

4. Четвертый (советский) период (1917-1991) привнес в английский язык множество политических советизмов, включая такие слова, как "большевик", "коктейль Молотова" и "совхоз". Вторая категория, относящаяся к этому периоду, представляет собой обширный список специализированных научных терминов, которые изобрели советских ученых; некоторые из этих терминов имеют эквиваленты в английском языке (“токамак” или пары “sputnik – satellite”, “Soviet cosmonaut – American astronaut”).

5. Наконец, несколько волн эмиграции из Советского Союза и постсоветской России в течение пятого периода (конец 1980-2021 гг.) добавили ряд реалий в английский язык (например, "near abroad" в значении "ближнее зарубежье, постсоветские страны" или "siloviki" как собирательный образ правоохранительной системы). Некоторые слова данной категории стали чрезвычайно частотными. Например, по данным Google Ngram Viewer, частота употребления слова "spetznaz" достигла своего пика в 1989-1993 гг. (частотность 0.000000110% в проиндексированном корпусе англоязычных книг).

Для каждого этапа заимствований были собраны два списка: универсальный список русизмов и советизмов из 100 частотных лексем, представленных в упомянутых выше лексикографических источниках, а также контрольный список из 25 лексем с существенным изменением контекстуальных значений при заимствовании в английский язык. Списки, включающие 125 слов из 530 подтвержденных заимствований из русского языка в словарях, можно считать достаточными для целей настоящего исследования. В результате применения программ к собранному корпусу текстов были получены два набора данных за пятилетний пе-

риод (2017-2021 гг.): основной список выявил общую частоту употребления советизмов и русизмов (основной список), в то время как контрольный список продемонстрировал тенденции в использовании лексем, которые испытали наибольшую интерференцию (контрольный список).

Таблица 1

Общая частота употребления советизмов и русизмов в печатных СМИ США (2017-2021).

Table 1

Overall frequency of Sovietisms and Russianisms in US print media (2017–2021).

	The Atlantic	**New Yorker**	**Harper's Magazine**	**TIME USA**	**Итого**
2017	84	990	n/a	335	1409
2018	19	495	33	62	609
2019	17	623	132	339	1111
2020	173	534	34	151	892
2021	52	651	54	223	980
Итого	345	3293	253	1110	5001

Таблица 2

Советизмы и русизмы в печатных СМИ США, демонстрирующие контекстуальную вариативность значений (2017-2021).

Table 2

Sovietisms and Russianisms in US print media, demonstrating contextual variability of meanings (2017–2021).

	The Atlantic	**New Yorker**	**Harper'sMagazine**	**TIME USA**	**Итого**
2017	2	61	n/a	1	64
2018	3	31	1	0	35
2019	0	57	2	3	62
2020	2	83	0	2	87
2021	3	16	0	0	19
Итого	10	278	3	6	267

В таблице 1 по частотности наблюдается сокращение употребления русизмов и советизмов, что может косвенно свидетельствовать о постепенной потере интереса к языку оригинала и современным российским реалиям по сравнению с периодом холодной войны, когда производилось наибольшее число прямых заимствований.

Более половины (52%) высказываний, демонстрирующих контекстуальною вариативность значений русизмов и советизмов (таблица 2), были элементами авторских экспрессивных средств языка (ирония, метафора и другие тропы) и не содержали буквальных исторических отсылок ни к советским, ни к российским реалиям.

Рангово-частотный анализ контекстуально вариативных по значению русизмов и советизмов показал неравномерное распределение заимствований по частотности. Некоторые частотные русизмы и советизмы проявлялись в большинстве случаев распределения, в то время как остальная часть списка появлялась намного реже или случайным образом в "хвосте" выборки. К таким сверхчастотным словам относятся заимствования в следующих контекстах: "agitprop" ("a fast-paced assemblage of agitprop"), "beatnik" ("beatnik generation"), "czar" ("president's foreign policy czar"), "apparatchik" ("Reagan-era apparatchik"), "Molotov cocktail" ("Molotov cocktail attack against embassy"). Можно предположить, что этот список прочно вошел в лексическое ядро современного американского варианта английского языка.

Выводы

Проведенное исследование позволило установить и систематизировать ключевые и наиболее частотные заимствования из русского в английский язык, которые используются в современном американском публи-

цистическом дискурсе. В результате анализа корпуса текстов были определены этапы и параметры заимствований, их контекстуальные особенности, а также проведена их классификация.

Выделены четыре основные группы русскоязычных заимствований, которые, во-первых, достаточно частотны в исследованном корпусе текстов, и, во-вторых, обладают достаточно вариативным контекстом, чтобы представлять интерес для авторов в качестве самостоятельных экспрессивных средств английского языка.

Первая и наиболее частотная группа – это политическая лексика советского происхождения. Основным источником для этой группы остаются заимствованные в период холодной войны политические реалии советского государства, которые публицистами используются как экспрессивные средства языка (тропы), например, метафорически или с иронией (“politburo“, “commissar“, “bolshevik” и т.д.).

Вторая, значительно менее частотная группа отражает постсоветские реалии. К ней относятся экзотизмы, полученные путем транслитерации и используемые, как правило, в буквальном смысле (“spetznaz”, ”siloviki”, “perestroika“, “glasnost“).

Третья группа отражает более ранние пласты заимствований и в современном публицистическом дискурсе почти не встречается, за исключением ряда слов, получивших дополнительные значения (“czar”, ”intelligentsia”). К этой же группе можно отнести лексемы, которые благодаря американскому кинематографу и массовой культуре распространились достаточно широко и часто употребляются как в буквальном (“vodka”, “borsch” как интернационализмы), так и в ироническом, переносном значении (“nihilist”, “cossack”).

Наконец, четвертая группа, включает слова, отражающие культурные, бытовые или кулинарные реалии, такие как “balalaika“ (балалайка) или “steppe“ (степь), практически не используются в публицистическом дискурсе. Иногда значение лексем существенно менялось или дополнялось.

Список источников

1. Айдукович Й. Некоторые аспекты адаптации контактолексем под влиянием сербского языка в русском интернет дискурсе // Русистика: язык, культура, перевод: сборник докладов юбилейной международной научной конференции. София, 23-25 ноября 2011 года. София: Изток Запад, 2012. С. 33 – 42.
2. Biber D., Reppen R. The Cambridge Handbook of English Corpus Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. 623 p. DOI: 10.1007/9781139764377.
3. Cheng W. Exploring Corpus Linguistics. Abingdon on Thames: Routledge, 2011. 256 p. DOI: 10.4324/9780203802632.
4. Durkin P. Borrowed Words: A History of Loanwords in English. Oxford: Oxford University Press, 2014. 491 p.
5. Hickey R. The Handbook of Language Contact. – Chichester: Wiley Blackwell, 2020. 800 p.
6. Holliday G.F., Vereshchagin E.M., Kostomarov V.G. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного // The Slavic and East European Journal. 1978. Vol. 22. № 3. 401 p.
7. Kabakchi V.V. Russianisms in Modern English: Loans and Calques // Journal of English Linguistics. 1997. Vol. 25. № 1. P. 8 – 49.
8. Podhajecka M. Russian Loanwords in the “Oxford English Dictionary” Revisited // Przegląd Rusycystyczny. 2018. № 2. P. 133 – 158.
9. Popova O.V. Comparative analysis of the Russian borrowings in the English language // Philological Sciences. Issues of Theory and Practice. 2019. № 6. P. 222 – 226. DOI: 10.30853/filnauki.2019.6.48.
10. Stefanowitsch A. Corpus Linguistics: A guide to the methodology. Berlin: Language Science Press, 2020. 510 p. DOI: 10.5281/zenodo.3735822.

References

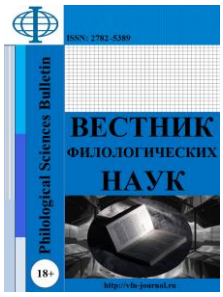
1. Ajduković J. Some aspects of the adaptation of contact lexemes under the influence of the Serbian language in the Russian Internet discourse. Russistics: language, culture, translation: collection of papers of the jubilee international scientific conference. Sofia, 23-25 November 2011. Sofia: Iztok Zapad, 2012. P. 33 – 42.
2. Biber D., Reppen R. The Cambridge Handbook of English Corpus Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. 623 p. DOI: 10.1007/9781139764377.
3. Cheng W. Exploring Corpus Linguistics. Abingdon on Thames: Routledge, 2011. 256 p. DOI: 10.4324/9780203802632.
4. Durkin P. Borrowed Words: A History of Loanwords in English. Oxford: Oxford University Press, 2014. 491 p.

5. Hickey R. The Handbook of Language Contact. – Chichester: Wiley Blackwell, 2020. 800 p.
6. Holliday G.F., Vereshchagin E.M., Kostomarov V.G. Language and Culture. Linguistic and Regional Studies in Teaching Russian as a Foreign Language. The Slavic and East European Journal. 1978. Vol. 22. No. 3. 401 p.
7. Kabakchi V.V. Russianisms in Modern English: Loans and Calques. Journal of English Linguistics. 1997. Vol. 25. No. 1. P. 8 – 49.
8. Podhajecka M. Russian Loanwords in the "Oxford English Dictionary" Revisited. Przegląd Rusycystyczny. 2018. No. 2. P. 133 – 158.
9. Popova O.V. Comparative analysis of the Russian borrowings in the English language. Philological Sciences. Issues of Theory and Practice. 2019. No. 6. P. 222 – 226. DOI: 10.30853/filnauki.2019.6.48.
10. Stefanowitsch A. Corpus Linguistics: A guide to the methodology. Berlin: Language Science Press, 2020. 510 p. DOI: 10.5281/zenodo.3735822.

Информация об авторах

Муравьев Ю.А., *кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и практики иностранных языков, Институт иностранных языков, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы (РУДН), Москва, Россия*, *Muravyev-yua@rudn.ru*

© Муравьев Ю.А., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 81.37
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-229-233

[1] Павлова И.Н. ***[1] Оренбургский государственный университет***

Концептуализация эмоции «любовь» в идиоматических фондах английского и русского языков: сопоставительный анализ

Аннотация: *настоящая статья посвящена сопоставительному исследованию когнитивных механизмов и лингвокультурных особенностей концептуализации эмоции «любовь» в идиоматических фондах английского и русского языков. В работе применяется интегративный подход, сочетающий методологию когнитивной лингвистики (теория концептуальной метафоры), лингвокультурологический анализ и сопоставительный метод. Материалом исследования послужили фразеологические единицы (ФЕ) и паремии, репрезентирующие концепт «love/любовь». Анализ выявил как универсальные когнитивные модели осмысления любви (метафоры «огня, болезни, единства»), что подтверждает панхроническую природу эмоции, так и культурно-специфичные концептуальные признаки. Установлено, что для русской идиоматики характерны метафоры «жертвенности, неизбежности страдания и сакральности», восходящие к православной этике и национальному менталитету, тогда как английские идиомы в большей степени акцентируют рациональные аспекты (прагматизм, контроль, свободу выбора). Делается вывод о том, что межъязыковые различия в идиоматической объективации любви обусловлены расхождением в ценностных доминантах и способах категоризации чувственной сферы в англо-саксонской и восточнославянской лингвокультурах.*

Ключевые слова: *концепт, любовь, идиома, фразеологическая единица, когнитивная метафора, лингвокультурология, сопоставительный анализ, английский язык, русский язык*

Для цитирования: Павлова И.Н. Концептуализация эмоции «любовь» в идиоматических фондах английского и русского языков: сопоставительный анализ // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 229 – 233. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-229-233

Поступила в редакцию: 20 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Pavlova I.N. ***[1] Orenburg State University***

Conceptualization of the emotion "love" in the idiomatic foundations of the English and Russian languages: a comparative analysis

Abstract: *this article is devoted to a comparative study of the cognitive mechanisms and linguacultural features of the conceptualization of the emotion "love" in the idiomatic collections of the English and Russian languages. The study employs an integrative approach combining the methodology of cognitive linguistics (the theory of conceptual metaphor), linguacultural analysis, and the comparative method. The study's material consists of phraseological units (PU) and proverbs representing the concept of "love." The analysis revealed both universal cognitive models of understanding love (metaphors of "fire, illness, unity"), confirming the panchronic nature of the emotion, and culture-specific conceptual features. It has been established that Russian idioms are characterized by metaphors of "sacrifice, the inevitability of suffering, and sacredness," harking back to Orthodox ethics and the national mentality, whereas English idioms emphasize rational aspects (pragmatism, control, freedom of choice). It is con-*

cluded that cross-linguistic differences in the idiomatic objectification of love are due to divergent value dominants and methods of categorizing the sensory sphere in Anglo-Saxon and East Slavic linguistic cultures.

Keywords: *concept, love, idiom, phraseological unit, cognitive metaphor, cultural linguistics, comparative analysis, English, Russian*

For citation: Pavlova I.N. Conceptualization of the emotion "love" in the idiomatic foundations of the English and Russian languages: a comparative analysis. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 229 – 233. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-229-233

The article was submitted: April 20, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Концепт «любовь», будучи одной из фундаментальных универсалий человеческого бытия и культуры, неизменно привлекает внимание исследователей в рамках антропоцентрической парадигмы современного языкознания. Являясь сложным ментальным образованием, данный концепт аккумулирует в себе эмоциональный, когнитивный и аксиологический компоненты, что делает его исключительно значимым объектом для лингвокультурологических и когнитивных изысканий. Концепт представляет собой «многомерный мыслительный конструкт, отражающий процесс познания мира, результаты человеческой деятельности, его опыт и знания о мире» [5].

Особый интерес в рамках концептологии представляет изучение идиоматического фонда языка, поскольку фразеологические единицы, в силу своей образной природы, устойчивости и культурной маркированности, служат наиболее яркой репрезентацией национально-специфических особенностей концептуализации мира. Как подчеркивается в современных исследованиях, «фразеологизм - один из самых актуальных и частотных объектов современных антропоцентрических исследований... во фразеологизме в большей мере, чем в других языковых единицах, проявляется субъективный человеческий фактор» [9]. Именно в идиомах «сгущается» культура народа, фиксируя стереотипные представления о тех или иных фрагментах действительности, включая сферу эмоций и чувств.

Цель настоящего исследования - выявить универсальные и культурно-специфичные когнитивные модели концептуализации эмоции «любовь» в идиоматических фондах английского и русского языков, а также определить ценностные доминанты, репрезентируемые в соответствующих фразеологических картинах мира. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач: 1) систематизацию корпуса идиоматических единиц со значением любви в сопоставляемых языках; 2) анализ когнитивных метафорических моделей, лежащих в основе семантики исследуемых ФЕ; 3) сопоставительный анализ аксиологических характеристик концепта «любовь» в английской и русской лингвокультурах.

Материалы и методы исследований

Методологическую базу исследования составляют положения когнитивной лингвистики о концептуальной метафоре (Кульчицкая Л.В.), лингвокультурологические концепции (В.И. Карасик), а также труды по сопоставительной фразеологии (А.В. Кунин, В.Н. Телия). Материалом послужили данные лексикографических источников: «Англо-русского фразеологического словаря» А.В. Кунина, «Большого словаря крылатых слов русского языка» В.П. Беркова, а также корпус паремий, представленных в научных исследованиях по русской и английской фразеологии.

Результаты и обсуждения

В современной когнитивной лингвистике концепт трактуется как оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике. Эмотивные концепты, к числу которых принадлежит и «любовь», характеризуются особой сложностью структуры, поскольку интегрируют чувственный, рациональный и ценностный компоненты [3].

Важно отметить, что любовь в интерпретации многих исследователей относится не просто к эмоциям, но к моральным чувствам, что предполагает их социокультурную обусловленность. Как справедливо утверждает Е.В. Полякова, «межъязыковая идиоматичность обозначения моральных чувств "любовь" и "страх" является результатом полного несовпадения или частичного совпадения когнитивных моделей сопоставляемых идиоматических выражений» [2, 10]. Иными словами, анализ когнитивных моделей позволяет выявить национальное и культурное своеобразие в выражении таких универсальных моральных чувств в русском и английском моральных сознаниях.

Сопоставительный анализ идиоматических фондов английского и русского языков в аспекте концептуализации любви приобретает особую значимость в контексте межкультурной коммуникации. Язык является не только инструментом передачи информации, но и отражает ценности и верования разных наций, а концепт «love», будучи универсальным, «интерпретируется по-разному в разных культурах» [8]. Обращение к идиоматике как к «ключам» к познанию этнокультурного менталитета представляется наиболее продуктивным путем для выявления этих различий.

Анализ фактического материала показывает, что в основе идиоматической объективации любви как в английском, так и в русском языках лежит ряд сходных когнитивных метафор, что свидетельствует о панхронических механизмах осмысления данного феномена [1]. К числу наиболее продуктивных универсальных моделей относятся следующие.

Метафорическая модель «любовь - это огонь/жар» является одной из доминирующих в обоих языках. В русском языке данная модель репрезентируется ФЕ «пылать любовью», «зажечь чувство», «любовь угасла», а также паремиями, фиксирующими разрушительную силу огня любви. В английском языке находим полные семантические корреляции: «to blaze with love», «to burn with passion», «love flickers out». В русской фразеологии «любовь рассматривается как... огонь», получая такие признаки, как опасность и смертельность [5, с. 112]. Огонь в данной модели выступает амбивалентным символом: с одной стороны, он ассоциируется с теплом, жизнью и страстью, с другой - с уничтожением и болью.

Метафорическая модель «любовь – это болезнь/безумие» также обнаруживает высокую степень межъязыковой универсальности. В русском языке широко представлены выражения «любовная лихорадка», «больная любовь», «безумная страсть», в английском – «love is a sickness», «lovesick», «to be madly in love». Эта модель акцентирует неконтролируемость, иррациональность и страдательный характер любовного чувства. Слепота любви, фиксируемая в паремиях обоих языков («любовь слепа» / «love is blind»), также может быть рассмотрена в рамках данной модели, указывая на частичную или полную утрату контроля над восприятием действительности. Исследователи подтверждают, что любовь «рассматривается как болезнь... и поэтому получает следующие признаки: слепота, смертельность, опасность» [5].

Метафора «любовь – это единство / полнота» находит свое выражение в идиомах, подчеркивающих гармонию и неразрывную связь влюбленных. К ним относятся русские ФЕ «жить душа в душу», «находить друг в друге отраду», английские «to be made for each other», «to be as one». Данная модель отражает представление о любви как о завершенном, целостном состоянии, часто связываемом с высшей ценностью.

Наконец, модель «любовь – это путешествие /движение» представлена идиомами, описывающими развитие или угасание чувства: рус. «идти рука об руку», «стоять на пороге любви», англ. «to fall in love», «to go through life together». Как показано в исследовании английских идиом, репрезентирующих жизненные ценности, в рамках данной модели «life is associated with... gaining experience», а любовь осмысляется как один из этапов этого пути [11]. Наличие этих универсальных моделей позволяет говорить об общих для человеческого познания механизмах метафорической концептуализации абстрактных эмоций через более конкретные, телесно-ориентированные сферы-источники.

При всем сходстве когнитивных механизмов, русская идиоматика любви обнаруживает ряд глубоко специфичных черт, отражающих особенности национального менталитета, православного мировосприятия и аксиологической иерархии. Как демонстрирует А.Б. Елешова, в русском языковом сознании любовь неразрывно связана с идеями жертвенности, долготерпения и соборности [4].

Следует также отметить наличие в русской идиоматике иронических и сниженных форм репрезентации любви, подчеркивающих ее поверхностность или неискренность. Как показывают наблюдения, «в русском языке мы можем найти много фразеологических единиц с ироничной окраской, подчеркивающих поверхностность чувства» [7]. К ним можно отнести выражения «любовь до гроба» в ироническом контексте, «телячьи нежности» и др. Однако доминантными все же остаются «высокие» смыслы - жертвенность, страдание, духовность.

Английский идиоматический фонд, при наличии общих с русским языком метафорических моделей, демонстрирует иные акценты в осмыслении любви, отражающие ценности индивидуализма, рациональности и прагматизма, характерные для англо-саксонской культурной традиции.

Прежде всего, обращает на себя внимание метафора «любовь – это слепота, носящая характер временного недостатка». В английской идиоматике, как и в русской, присутствует выражение «love is blind». Однако в контексте английской культуры слепота любви часто осмысляется не как трагическая судьба или рок, а как досадное, но преодолимое заблуждение, которое должно уступить место рациональному выбору. Как отмечается в исследовании жизненных ценностей, в английской языковой картине мира «love» ассоциируется с «blindness, gratuity» [11], но при этом акцент делается на свободе выбора и личной ответственности.

Важной характеристикой английской концептуализации любви является акцент на свободе и независимости индивида. В то время как русские паремии прославляют жертвенность и слияние с любимым, английские идиомы и устойчивые выражения часто подчеркивают необходимость сохранения личного пространства. Например, ФЕ «to be free as the air» в определенных контекстах означает «not to be in a relationship» [9], что не несет в себе негативной коннотации, а напротив, маркирует желанное состояние. Английская культура, в отличие от русской, в меньшей степени склонна рассматривать одиночество как трагедию, а любовь – как единственно возможную форму существования.

Отчетливо проявляется в английской идиоматике и прагматический, деловой аспект. Идиома «cupboard love» (корыстная любовь, любовь с расчетом) [4] фиксирует представление о возможности инструментального использования чувства для достижения материальной выгоды. В русском языке прямого аналога с такой же нейтрально-констатирующей коннотацией не существует: русские идиомы, описывающие корысть в любви («любовь с расчетом»), звучат более оценочно-отрицательно. Кроме того, английские ФЕ «to make love to smb.» исторически означали «ухаживать, оказывать знаки внимания», что также указывает на ритуализированный, поведенческий аспект любви [5].

Интересно, что английская идиоматика любви, как и русская, не чужда иронии и скепсиса. Однако объектом иронии чаще становятся не столько глубина или искренность чувства, сколько его избыточность или нерациональность. ФЕ «as much love as between the old cow and the haystack» (любит, как волк овцу) [6] иронизирует над иллюзорностью взаимности, а «to love as the devil loves holy water» (любить, как собака палку) [9] высмеивает саму идею «нелюбви». В целом, английская идиоматическая картина любви предстает более сбалансированной, с акцентом на индивидуальный выбор, личную выгоду и рациональный контроль над эмоциями.

Выводы

Проведенный сопоставительный анализ идиоматических фондов английского и русского языков в аспекте репрезентации концепта «любовь» позволяет сформулировать ряд выводов.

В когнитивном плане оба языка демонстрируют высокую степень универсализма: базовые метафорические модели («любовь-это огонь, болезнь, единство, путешествие») являются общими для двух лингвокультур. Это свидетельствует о единых панхронических механизмах концептуализации абстрактной эмоциональной сферы через конкретные, телесно-ориентированные и пространственные образы.

Однако в лингвокультурном и аксиологическом аспектах обнаруживаются значительные расхождения. Русская идиоматика, вобравшая в себя православную этику и особенности национального менталитета, концептуализирует любовь, прежде всего, как жертву, страдание и сакральную ценность. Доминантными здесь являются смыслы долготерпения, соборности и трагической предопределенности. Английская идиоматика, напротив, акцентирует рациональность, свободу выбора, личную выгоду и контроль над чувством. Любовь в английской картине мира предстает как объект прагматического отношения, временное состояние или даже досадное заблуждение, которое, однако, не должно угрожать автономии индивида.

Эти различия имеют прямое отношение к типологии культур: русская культура относится к культурам с высокой степенью контекстуальности и коллективизма, тогда как английская - к индивидуалистическим культурам с низким контекстом. Идиоматические фонды языков выступают здесь как надежные репрезентанты этих культурных доминант.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в расширении эмпирической базы за счет привлечения данных национальных корпусов текстов, что позволит проследить динамику идиоматической репрезентации любви в диахронии, а также в углубленном изучении гендерных аспектов концептуализации данного чувства в сопоставляемых языках.

Список источников

1. Апресян Ю.Д. Исследования по семантике и лексикографии. В 2х томах. Том 1. Парадигматика. Москва: Языки Славянской культуры, 2009. 767 с.

2. Берков В.П. Большой словарь крылатых слов и выражений русского языка/под ред. С.Г. Шулежковой. Магнитогорск: МаГУ, 2008. 623 с.

3. Воркачёв С.Г., Карасик В.И. Лингвокультурная концептология СПб.: Издательство СПбГЭУ, 2025. 288 с.

4. Елешова А.Б. Идиоматическое содержание концепта «Любовь» в русской языковой картине мира // Достижения вузовской науки. 2012. №1. С. 144 – 147.

5. Зинкевичус К.А., Хорсун И.А. Лингвокультурологический анализ концепта «любовь» в русских паремиях // Беларусь в современном мире. Гомель: ГГТУ им. П.О. Сухого, 2023. С. 184 – 187.

6. Ириолова А.Д. Идиомы со значением любви в английском и русском языках (на материале романов У.С. Моэма) // Актуальные проблемы филологии: материалы I Международной научной конференции. Пермь: Меркурий, 2012. С. 57 – 58.

7. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка [более 130 тысяч лексических единиц]. Б.м.: The Commercial Press, 2020. 1481 с.

8. Кульчицкая Л.В. Понятия «Когнитивная» и «Концептуальная» метафора в отечественной лингвистике раннекогнитивного периода // Вестник Бурятского государственного университета. Язык, литература, культура. 2012. № 11. С. 85 – 90.

9. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М.: Издательство Феникс, 2005. 382 с.

10. Полякова Е.В. Когнитивные особенности выражения моральных чувств «любовь» и «страх» в идиоматике русского и английского языков // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 9 (27). Ч. II. С. 157 – 163.

11. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.

References

1. Apresyan Yu.D. Studies in Semantics and Lexicography. In 2 volumes. Volume 1. Paradigmatics. Moscow: Languages of Slavic Culture, 2009. 767 p.

2. Berkov V.P. Large Dictionary of Russian Catchphrases. Edited by S.G. Shulezhkova. Magnitogorsk: Magnitogorsk State University, 2008. 623 p.

3. Vorkachev S.G., Karasik V.I. Lingvocultural Conceptology St. Petersburg: SPbGEU Publishing House, 2025. 288 p.

4. Yeleshova A.B. Idiomatic Content of the Concept "Love" in the Russian Linguistic Picture of the World. Achievements of University Science. 2012. No. 1. P. 144 – 147.

5. Zinkevichus K.A., Khorsun I.A. Lingvocultural analysis of the concept “love” in Russian proverbs. Belarus in the modern world. Gomel: GGTU named after P. O. Sukhoi, 2023. P. 184 – 187.

6. Iriolova A.D. Idioms meaning love in English and Russian (based on the novels of W.S. Maugham). Actual problems of philology: proceedings of the 1st International scientific conference. Perm: Mercury, 2012. P. 57 – 58.

7. Kuznetsov S.A. Comprehensive explanatory dictionary of the Russian language [more than 130 thousand lexical units]. B. m.: The Commercial Press, 2020. 1481 p.

8. Kulchitskaya L.V. The Concepts of "Cognitive" and "Conceptual" Metaphor in Russian Linguistics of the Early Cognitive Period. Bulletin of the Buryat State University. Language, Literature, Culture. 2012. No. 11. P. 85 – 90.

9. Kunin A.V. Course of Phraseology of Modern English. Moscow: Phoenix Publishing House, 2005. 382 p.

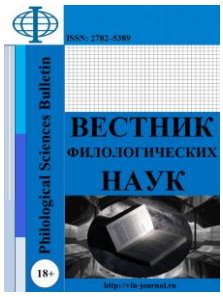
10. Polyakova E.V. Cognitive Features of Expressing the Moral Feelings "Love" and "Fear" in the Idioms of Russian and English. Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues. 2013. No. 9 (27). Part II. P. 157 – 163.

11. Telia V.N. Russian Phraseology. Semantic, Pragmatic, and Linguistic-Cultural Aspects. M.: School "Languages of Russian Culture", 1996. 288 p.

Информация об авторах

Павлова И.Н., *старший преподаватель, Оренбургский государственный университет, Raptanova@rambler.ru*

© Павлова И.Н., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки)
УДК 81
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-234-238

[1] Тарасова А.Н., [1] Косарева Е.В.

[1] Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Лингвостилистические особенности эмоционально-оценочной лексики в англоязычном новостном медиатексте

Аннотация: *в статье рассматриваются лингвостилистические особенности перевода эмоционально-оценочной лексики в англоязычном новостном медиатексте. Исследуются некоторые приемы организации новостного текста, способствующие более эффективному воздействию на реципиента и поддержанию интереса к новостям. Цель научного исследования: выявление и анализ особенностей функционирования эмоционально-оценочной лексики в англоязычном новостном медиатексте. Задачи исследования: выявить эмоционально-оценочную лексику в современных англоязычных новостных медиатекстах; установить доминирующие лингвостилистические приемы оценки; проанализировать языковые средства выразительности.*

Методология исследования представлена обзором научных работ отечественных и зарубежных исследователей по обсуждаемому вопросу, также в ходе исследования были применены как общие методы научного познания (синтез, анализ, сравнение), так и лингвистические методы (дискурсивный, дифиниционный, контекстуальный, контент анализ, сопоставительный анализ, метод сплошной выборки).

Результаты научной работы показали, что с целью достижения прагматической эквивалентности в новостных медиатекстах переводчики активно используют такие лингвостилистические средства, как оценочные прилагательные с разными эксперссивными оттенками, интенсификаторы значения и прилагательные в превосходной степени, а также лексические единицы с различными оттенками значения.

Ключевые слова: *эмоционально-оценочная лексика, новостной медиатекст, лингвостилистические средства*

Для цитирования: Тарасова А.Н., Косарева Е.В. Лингвостилистические особенности эмоционально-оценочной лексики в англоязычном новостном медиатексте // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 234 – 238. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-234-238

Поступила в редакцию: 20 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Tarasova A.N., [1] Kosareva E.V.

[1] Elabuga Institute of Kazan Federal University

Linguistic and stylistic features of emotional and evaluative vocabulary in English-language news media texts

Abstract: *the current study examines the linguistic and stylistic features of the translation of emotional and evaluative vocabulary in English-language news media texts. It explores certain techniques for organizing news texts that contribute to a more effective impact on the recipient and maintainance of their interest in the news. The purpose of this research is to identify and analyze the functioning of emotional and evaluative vocabulary in Eng-*

lish-language news media texts. Research objectives: to identify emotional and evaluative vocabulary in modern English-language news media texts; to establish dominant linguistic and stylistic assessment techniques; to analyze linguistic means of expression.

The research methodology is presented by a review of scientific works by domestic and foreign researchers on the issue under discussion, and by the usage of both general methods of scientific cognition (synthesis, analysis, comparison) and linguistic methods (discursive, differential, contextual, content analyses) were applied during the research.

The results of scientific work have shown that in order to achieve pragmatic equivalence in news media texts, translators actively use such linguistic means as evaluative adjectives with different expressive shades, meaning intensifiers and superlatives, as well as lexical units with different shades of meaning.

Keywords: *emotional-evaluative vocabulary, news media text, linguostylistic means*

For citation: Tarasova A.N., Kosareva E.V. Linguistic and stylistic features of emotional and evaluative vocabulary in English-language news media texts. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 234 – 238. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-234-238

The article was submitted: April 20, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Новостные медиатексты в современном обществе выступают в роли источника информации об актуальных событиях из любой точки мира. Безостановочное развитие средств массовой коммуникации и расширение информационного пространства оказывают существенное влияние на формирование картины мира человека. Кроме того, возникают новые способы восприятия и интерпретации отдельных фактов, что отражается в понимании и оценке происходящих событий. Широкое использование эмоционально-оценочной лексики авторами англоязычных новостных изданий в этой связи требует более подробного ее теоретического осмысления и лингвистического анализа.

Среди исследований, посвященных способам передачи эмоционально-оценочной лексики, особого внимания заслуживают работы В.И. Шаховского, Н.Д. Арутюновой, В.Н. Телии, Е.М. Вольф. В современной медиалингвистике новостной медиатекст рассматривается как многоаспектное явление, изучение которого требует интеграции различных методологических подходов. Анализ научной литературы показывает, что исследователи фокусируются на различных уровнях функционирования новостного текста: от глобального культурно-идеологического контекста до конкретных языковых механизмов воздействия и мультимедийной специфики.

Новостной текст как вид медиатекста представляет собой сложную систему, сочетающую в себе информативную, интерпретационную и воздействующую функции. Согласно Т.Г. Добросклонской, медиатекст представляет собой дискретную единицу медиапотока, где вербальные и невербальные компоненты взаимодействуют между собой [5, с. 39]. Новостные тексты не только сообщают факты, но и воздействуют на эмоции аудитории через специальные сюжеты, чтобы поддерживать интерес к новостям. При этом новости являются важной частью культурно-идеологического контекста общества: они интерпретируют события и могут выражать определённую идеологическую позицию как явно (через оценки и комментарии), так и скрыто (через выбор фактов и их подачу). Особенно большое влияние на формирование этого контекста оказывают англоязычные СМИ [5, с. 61].

Обратимся к определению эмоционально-оценочной лексики. В лингвистике нет полностью устоявшегося термина, поскольку разные авторы по-разному описывают степень участия эмоций и оценки в значении слова. В работах Н.Д. Арутюновой эмоционально-оценочная семантика рассматривается как часть аксиологического пространства языка, где эмоциональный компонент служит посредником между чувственным и рациональным восприятием мира [1, с. 72]. В понимании В.И. Шаховского эмоционально-оценочная лексика включает слова, которые прямо или косвенно передают переживание субъекта, сопровождаемое оценочным отношением к объекту, ситуации или действию [10, с. 34].

Другие трактовки фокусируются на соотношении двух элементов. Так, В.Н. Телия подчеркивает, что оценочность нередко формируется под влиянием эмоции, а эмоциональность приводится в актуальное состояние благодаря оценке, что позволяет говорить о тесной взаимосвязи этих компонентов [9, с. 19]. С точки зрения Е.М. Вольф эмоционально-оценочные единицы – это слова, в которых значение содержит одновременно признак эмоционального отношения и признак ценностного осмысления, причем оба компонента являются не факультативными, а обязательными [4, с. 54].

Н.А. Ахренова и Р.И. Зарипов в своей работе, посвященной структурным особенностям новостного текста в интернет-дискурсе, поясняют, что новостной медиатекст характеризуется использованием риторических и организационных приемов, которые влияют на реципиентов с помощью определенного графического оформления, фонетического выдвижения, формирования конфликта, абсолютизации оценки и присваивания оценочных качеств. Для укрепления воздействия на лексико-грамматическом уровне авторы выделяют такие лингвостилистические средства как оценочные прилагательные с разными эксперссивными оттенками, интенсификаторы значения и прилагательные в превосходной степени, а также лексические единицы с различными оттенками значения [2]. Данный подход представляет собой анализ на микроуровне, демонстрирующий, с помощью чего можно добиться необходимого эффекта в новостном тексте.

Как нами было завялено ранее, анализ специфики функционирования эмоционально-оценочной лексики в современном англоязычном новостном медиатексте был проведен с опорой на типологию лингвостилистических средств, предложенную Н.А. Ахреновой и Р.И. Зариповым.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования послужили новостные статьи из англоязычных изданий и их переводы, размещенные на интернет-ресурсе «ИноСМИ». Методом сплошной выборки было выделено 138 примеров, содержащих эмоционально-оценочную лексику. Классификация единиц проводилась на основе словарных дефиниций (Oxford Dictionary) и с опорой на типологию лингвостилистических средств, предложенную Н.А. Ахреновой и Р.И. Зариповым.

Результаты и обсуждения

Обратимся к статье из газетоного издания Daily Star и ее переводу на русский язык, предоставленному на интернет-ресурсе «ИноСМИ», и рассмотрим следующий пример: «*Craig Hamilton-Parker, a clairvoyant dubbed the "Prophet of Doom and acclaimed by followers as the "new Nostradamus," has delivered a batch of* ***alarming forecasts*** *for 2026. / Ясновидящий Крейг Гамильтон-Паркер, прозванный своими последователями "новым Нострадамусом", сделал несколько* ***пугающих прогнозов*** *на оставшиеся месяцы 2026 года* [7]. Для уточнения семантики слова *«alarming»* обратимся к Oxford Learner's Dictionaries. Согласно словарю, прилагательное *«alarming»* имеет значение «causing worry and fear», т.е. «вызывающий беспокойство и страх» [12]. Таким образом, первоначальная лексема содержит частицы тревоги и беспокойства, однако степень эмоционального воздействия не проявлена в полной мере и может изменяться в зависимости от контекста. В русском переводе для передачи данного прилагательного использована лексема *«пугающий»*. Возможно прежположить, что здесь задействовано оценочное прилагательное с усиленным экспрессивным оттенком. Оценочное прилагательного «пугающий» актуализирует более интенсивный эмоциональный компонент – страх.

Статья североамериканского журнала *Foreign Affairs*, критикующая внешнюю политику президента США Дональда Трампа и его предшественников, изобилует эмоционально-оценочными словами с негативной окраской, например: *brazen transgression of legal norms – дерзкое нарушение правовых норм, porous standards – сомнительные стандарты, implausibly expansive readings – неправдоподобно расширительные толкования, flimsy evidence – неубедительные доказательства* [3].

В следующем примере целых три компонента несут эмоционально-оценочную нагрузку: *Even* ***seemingly promising*** *efforts to check the executive branch* ***have failed****. / Многие* ***многообещающие*** *попытки обуздать исполнительную власть* ***провалились*** [3]. Исходя из словарной дефиниции, наречие *«seemingly»* имеет значение «in a way that appears to be true but may in fact not be» («таким образом, который воспринимается как истинный, но при этом может не соответствовать действительности») [12]. Прилагательное *«promising»* определяется как «showing signs of being good or successful» («подающий надежды, обнадеживающий») [12]. Глагол *«to fail»* имеет дефиницию «to not be successful in achieving something» («потерпеть неудачу в достижении чего-либо») [12]. При переводе прилагательного *«promising»* использована лексема «многообещающий», причем русский вариант сохраняет оттенок «обещания успеха», но усиливает ее за счет словообразовательной структуры сложного слова *«многообещающий»*. В соответствии с лексикостилистическими средствами, выделенными Ахреновой и Зариповым, прилагательное *«promising»* выступает в роли оценочного прилагательного с экспрессивным оттенком. Особого внимания заслуживает опущение наречия *«seemingly»* в переводе на русский язык. В оригинале это наречие выполняет важную функцию – оно сигнализирует о том, что положительная оценка *«promising»* не соответствует действительности, а является лишь видимостью. Словосочетание *«seemingly promising»* создает контраст акцентируя внимание на том, то, что выглядело многообещающим, таковым не оказалось. Для передачи глагола *«to fail»* переводчик использует глагол «провалиться», который обладает ярко выраженным экспрессивным оттенком. В отличии от оригинала, где автором был использован глагол с нейтральным значением *«to fail»*, отражающий факт отсутствия успеха, семантика русского варианта включает ощущение катастрофы и полного краха, что уси-

ливает эмоциональное воздействие на читателя. Как отмечают Ахренова и Зарипов, для усиления воздействия на лексико-грамматическом уровне здесь можно отметить лексическую единицу с коннотативным оттенком. Исходя из вышесказанного, в рассмотренном примере используется комплекс эмоционально-оценочных средств, с помощью которых создается яркий контраст и усиливается прагматический потенциал высказывания в русскоязычном медиатексте.

Приведем еще один пример использования эмоционально-оценочной лексики из статьи CNN Business, информирующую о планах Китая по продвижению юаня как глобальной резервной валюты. Автор анализирует, почему этот вопрос стал актуален сейчас, какие шаги предпринимает Пекин и насколько реалистичны эти амбиции. "*To get people to use renminbi, you've kind of got to carve out a niche, and it's been* ***really difficult****," said Dinny McMahon, head of markets research at the research firm Trivium China. / "Чтобы убедить людей использовать юань, необходимо занять свою нишу. И это* ***действительно сложно****", – заявил руководитель отдела рыночных исследований исследовательской компании Trivium China Динни Макмахон (Dinny McMahon*) [6]. В Oxford Learner's Dictionaries наречие *«really»* имеет несколько объяснений: 1) «used to say what is actually the fact or the truth about something» («употребляется для выражения того, что соответствует фактам или истинно в отношении чего-либо»), 2) «used to emphasize an adjective or adverb» («подчеркивает значение прилагательного или наречия») [12]. В русском переводе наречие *«really»* передано словом «действительно», что, согласно Толковому словарю Ожегова, употребляется при подчеркивании действительности, истинности сообщаемого в значении подлинно, совершенно правильно, в действительности [8, с. 244]. Прилагательное *«difficult»* определяется как «not easy; needing effort or skill to do or to understand» («нелегкий; требующий усилий или навыков для выполнения или понимания»). Мы также можем сделать вывод, что здесь наречие *«really»* выступает в роли интенсификатора значения прилагательного *«difficult».* «Интенсификаторы – средства усиления интенсивности, выраженные эксплицитно (слова очень, безумно, адски, сильно)» [11]. Отметим, что при переводе на русский язык английского интенсификатора *«really»* можно использовать такие варианты как: «очень», «крайне», «чрезвычайно», «в самом деле». Выбор варианта «действительно» в данном контексте обусловлен не только задачей усиления, но и необходимостью сохранить модальный оттенок исходного высказывания. По сравнению с нейтральным наречием *«очень»*, интенсификатор *«действительно»* обращает внимание и на трудность задачи, и на достоверность, подчеркивая, что ситуация является именно такой, какой ее описывает эксперт.

Выводы

В ходе анализа эмоционально-оценочной лексики в англоязычном новостном медиатексте было выявлено, что переводчики активно используют набор описанных в данном исследовании лингвостилистических средств с целью достижения прагматической эквивалентности в новостных медиатекстах. Проведенный количественный анализ позволил сделать следующие выводы:

1) оценочные прилагательные составляют 45% (*eccentric, significant, massive, dazzling, enormous, monstrous, compelling, reckless, stupendous, earth-shattering, staggering, etc.*);

2) лексические единицы с коннотативными оттенками уступают оценочным прилагательным и составляют 27% из общего количества отобранных фрагментов (*threat, hustle, ameliorate, stonewall, cash-hemorrhagging, apocalypse, flock, to become disillusioned, feeding frenzy, etc.*);

3) процент интенсификаторов значения незначительно ниже – 23% (*extremely, completely, hardly, effectively, disastrously, ironically, entirely, etc.*);

4) прилагательные в превосходной степени представлены в наименьшем количестве – 5% (*the strangest, the greatest, the roughest*).

Список источников

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт. М.: Наука, 1988. 341 с.
2. Ахренова Н.А., Зарипов, Р.И. Структурные особенности новостного текста в интернет-дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. № 3. С. 87 – 98. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/strukturnye-osobennosti-novostnogo-teksta-v-internet-diskurse (дата обращения: 14.03.2026).
3. Война одного человека: официальный сайт. URL: https://inosmi.ru/20260304/tramp-277378383.html (дата обращения: 14.03.2026).
4. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. Изд. 2-е, доп. М.: Едиториал УРСС, 2002. 280 с. (Лингвистическое наследие XX века).
5. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь)». М.: Флинта: Наука, 2008. 263 с.

6. Китай обнародовал свой план по борьбе с доминированием доллара США. Может ли это когда-нибудь сработать? URL: https://inosmi.ru/20260205/dollar-276965335.html (дата обращения: 15.03.2026).
7. "Пророк Судного Дня", предсказавший пандемию COVID-19, сделал пять пугающих прогнозов на 2026 год. URL: https://inosmi.ru/20260223/prorok-277238047.html (дата обращения: 15.03.2026).
8. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: Ок. 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / под ред. проф. Л.И. Скворцова. 28-е изд., перераб. Москва: Мир и Образование, 2019. 1376 с.
9. Телия В.Н. Экспрессивность как проявление субъективного фактора в языке и её прагматическая ориентация // Человеческий фактор в языке: языковые механизмы экспрессивности. М.: Наука, 1991. 535 с.
10. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1987. 190 с.
11. Шумейко Ю.А. Лексические и фразеологические средства выражения интенсивности в текстах СМИ // Филологический аспект. Русский язык. 2017. № 1 (21). URL: https://scipress.ru/philology/articles/leksicheskie-i-frazeologicheskie-sredstva-vyrazheniya-intensivnosti-v-tekstakh-smi.html (дата обращения: 20.03.2026).
12. Oxford Learner's Dictionaries: сайт. 2026. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/ (дата обращения: 20.03.2026).

References

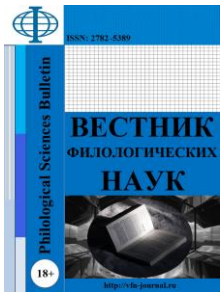
1. Arutyunova N.D. Types of Linguistic Meanings: Evaluation, Event, Fact. Moscow: Nauka, 1988. 341 p.
2. Akhrenova N.A., Zaripov R.I. Structural Features of News Texts in Internet Discourse. Bulletin of Moscow University. Series 19. Linguistics and Intercultural Communication. 2023. No. 3. P. 87 – 98. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/strukturnye-osobennosti-novostnogo-teksta-v-internet-diskurse (accessed: 14.03.2026).
3. One Man's War: official website. URL: https://inosmi.ru/20260304/tramp-277378383.html (accessed: 14.03.2026).
4. Wolf E.M. Functional Semantics of Evaluation. 2nd ed., suppl. Moscow: Editorial URSS, 2002. 280 p. (Linguistic Heritage of the 20th Century).
5. Dobrosklonskaya T.G. Medialinguistics: A Systems Approach to Studying the Language of the Media (Modern English Media Speech). Moscow: Flinta: Nauka, 2008. 263 p.
6. China Unveils Its Plan to Combat the Dominance of the US Dollar. Could It Ever Work? URL: https://inosmi.ru/20260205/dollar-276965335.html (accessed: 15.03.2026).
7. The "Doomsday Prophet" who predicted the COVID-19 pandemic made five frightening predictions for 2026. URL: https://inosmi.ru/20260223/prorok-277238047.html (accessed: 15.03.2026).
8. Ozhegov S.I. Explanatory Dictionary of the Russian Language: Approx. 100,000 Words, Terms, and Phraseological Expressions. Edited by prof. L.I. Skvortsov. 28th ed., revised. Moscow: Mir i Obrazovanie, 2019. 1376 p.
9. Telia V.N. Expressivity as a Manifestation of the Subjective Factor in Language and Its Pragmatic Orientation. The Human Factor in Language: Language Mechanisms of Expressivity. Moscow: Nauka, 1991. 535 p.
10. Shakhovsky V.I. Categorization of Emotions in the Lexical-Semantic System of Language. Voronezh: Voronezh University Publishing House, 1987. 190 p.
11. Shumeyko Yu.A. Lexical and Phraseological Means of Expressing Intensity in Media Texts. Philological Aspect. Russian Language. 2017. No. 1 (21). URL: https://scipress.ru/philology/articles/leksicheskie-i-frazeologicheskie-sredstva-vyrazheniya-intensivnosti-v-tekstakh-smi.html (accessed: 20.03.2026).
12. Oxford Learner's Dictionaries: website. 2026. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/ (accessed: 20.03.2026).

Информация об авторах

Тарасова А.Н., *кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации, Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский федеральный университет», ANTarasova@kpfu.ru*

Косарева Е.В., *Высшая школа педагогики и филологии Елабужского института (филиала) ФГАОУ ВО «Казанский федеральный университет», elizavetakosareva21@gmail.com*

© Тарасова А.Н., Косарева Е.В., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки)
УДК 81-114.4
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-239-246

[1] Тимошенко Ю.М.

[1] Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) ФГБОУ ВО РГЭУ (РИНХ)

Синтаксические особенности вербальной агрессии в английском и русском языках

Аннотация: *в статье рассматриваются вопросы речевой (вербальной) агрессии как в русском, так и в английском языках на материале англоязычных и русскоязычных ток шоу. Автор анализирует синтаксические средства выражения агрессивных эмоций: грамматические дескрипторы эмоциональности, повторы (параллелизм, анафора, эпифора), отрицательные и императивные конструкции, инверсию, эллипсис, риторические вопросы, а также интонационные и структурные особенности высказывания. Показано, что в обоих языках синтаксические повторы, отрицание, инверсия и эллипсис выполняют функцию интенсификации агрессивных эмоций и создания эмоционального напряжения, однако их реализация опирается на разные лингвистические и культурные нормы. В русском языке особое значение для выражения агрессии приобретает двойное отрицание, а также номинативный и сниженный императивный вокабуляр. В итоге автор делает вывод о наличии универсальных стратегий выражения речевой агрессии, с одной стороны, и культурно языковых различий в ее грамматическом оформлении, с другой стороны.*

Ключевые слова: *речевая агрессия, грамматические дескрипторы эмоциональности, синтаксический повтор, параллелизм, анафора, эпифора, отрицательные конструкции, двойное отрицание, императивы, инверсия, эллипсис, риторический вопрос*

Для цитирования: Тимошенко Ю.М. Синтаксические особенности вербальной агрессии в английском и русском языках // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 239 – 246. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-239-246

Поступила в редакцию: 21 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Timoshenko Yu.M.

[1] Taganrog Chekhov Institute (branch) of the Russian State University of Economics (RINE)

Syntactic features of verbal aggression in English and Russian

Abstract: *the article discusses the issues of speech (verbal) aggression in both Russian and English based on the material of English-speaking and Russian-speaking talk shows. The author analyzes syntactic means of expressing aggressive emotions: grammatical descriptors of emotionality, repetitions (parallelism, anaphora, epiphora), negative and imperative constructions, inversion, ellipsis, rhetorical questions, as well as intonation and structural features of utterance. It is shown that in both languages syntactic repetitions, negation, inversion and ellipsis perform the function of intensifying aggressive emotions and creating emotional tension, however, their implementation is based on different linguistic and cultural norms. In Russian, double negation, as well as nominative and reduced imperative vocabulary, acquire special significance for expressing aggression. As a result, the author concludes that on the one hand, there are universal strategies for expressing speech aggression, on the other hand, cultural and linguistic differences in its grammatical design.*

Keywords: *speech aggression, grammatical descriptors of emotionality, syntactic repetition, parallelism, anaphora, epiphora, negative constructions, double negation, imperatives, inversion, ellipsis, rhetorical question*

For citation: Timoshenko Yu.M. Syntactic features of verbal aggression in English and Russian. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 239 – 246. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-239-246

The article was submitted: April 21, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Актуальность представленной работы обусловлена возрастающим количеством речевой агрессии в современной публичной медиакоммуникации, где ток шоу и другие телевизионные форматы становятся ярким полигоном для выражения агрессивных эмоций. Исследование синтаксических средств агрессии в русском и английском языках позволяет более точно описывать механизмы усиления эмоциональной конфликтности, а также выявлять универсальные и культурно языковые особенности проявления агрессии в речи.

Цели и задачи исследования выявить и описать синтаксические и грамматические средства выражения речевой (вербальной) агрессии в русском и английском языках на материале ток шоу, а также соотнести их функции и особенности в контексте межкультурной коммуникации. Для реализации данной цели автор определил основные грамматические дескрипторы эмоциональности (повторы, инверсия, эллипсис, отрицательные конструкции, императивы, риторические вопросы) и их роль в усилении агрессивных эмоций и сопоставил реализацию синтаксических средств агрессии в англоязычных и русскоязычных ток-шоу.

В научной литературе последних трех десятилетий как в России, так и за рубежом широко употребляются термины «вербальная агрессия» и «речевая агрессия». Такие исследователи, как А. Басс, Р. Бэрон и Д. Ричардсон, В.И. Жельвис, К.Е. Изард, Н.Д. Левитов, А.К. Михальская, К.Ф. Седов, Л.М. Семенюк, И.А. Фурманов, Э. Фромм и другие, активно используют эти понятия в своих работах [9, с. 26-33]. Обычно «речевая агрессия» и «вербальная агрессия» обозначают одно и то же явление и применяются в сходных контекстах как русскоязычный и латинизированный варианты одного термина, что часто делается для избегания тавтологических повторов в тексте.

Определить универсальное, всесторонне научно обоснованное и исчерпывающее понятие речевой агрессии с учётом всего разнообразия форм и ситуаций её проявления, тем более с точки зрения сравнительного анализа русского и английского языков, задача крайне сложная. Попытки сформулировать точное определение вербальной агрессии преимущественно принадлежат зарубежным специалистам, анализ чьих работ помогает приблизиться к более чётким характеристикам этого феномена [10]. Обратимся к наиболе поздним исследованиям в области речевой агрессии. Исследователи, в большинстве, склоняются к двум точкам зрения: агрессия как речевая стратегия и агрессия как снижение или нарушение речевой культуры. Первую точку зрения высказывают П.Л. Горелик [2, с. 48-54], М.А. Фирсова [8, с. 140-147], Т.А. Воронцова [1, с. 57], второй точки зрения придерживаются Е.В. Ермакова, Е.В. Кондрашева [4, с. 46-49], И.С. Кузнецова [6, с. 72-89], О.Ю. Ткаченко [7, с. 96-103].

Существует несколько оснований для систематизации видов речевой агрессии: по интенсивности проявлений, степени осознанности субъекта, характеру выраженности, направленности агрессии, числу участников коммуникации и другим параметрам.

Грамматические дескрипторы эмоциональности – это достаточно распространённые средства, посредством которых как в английском, так и в русском языках выражаются эмоции агрессии. Под этими дескрипторами в нашем исследовании понимается совокупность морфологических и синтаксических единиц, которые служат для передачи эмоциональных оценок и переживаний человека в речи. Мы считаем, что эмотивная семантика грамматических единиц обладает как схожими чертами с лексической семантикой, так и рядом отличий. Основное различие состоит в том, что грамматические единицы, в отличие от лексических, несут более обобщённое значение, являясь частью системы грамматического смысла. В то время как лексические единицы содержат в своей структуре конкретные спецификаторы и конкретизаторы эмоций – обязательные компоненты, через которые передаётся собственно агрессивный смысл высказывания [3].

Синтаксические особенности построения агрессивной речи часто помогают выявить дополнительные характеристики эмоционального состояния говорящего, обычно усиливая или интенсифицируя выражаемые чувства. Одним из ключевых средств такого усиления является синтаксический повтор, другими сло-

вами, повторение конструкций, расположенных близко друг к другу, что создаёт особое стилевое и эмоциональное воздействие. Поскольку повторение структур противоречит нормам стандартного синтаксиса, его функция зачастую связана с выразительностью: в частности, с усилением эмоциональной окраски. В случае агрессивной речи синтаксический повтор выполняет роль усилителя агрессивных эмоциональных проявлений, подчёркивая важные элементы высказывания и направляя на них особое внимание слушателя.

Материалы и методы исследований

Методологической основой работы послужили научные тексты отечественных и зарубежных психологов и лингвистов, в том числе размещенных в пространстве Интернет, а также восемь академических словарей, записи эфиров телевизионных передач, расположенных на веб-сайтах таких телеканалов как «Первый Канал», «Россия», «Рен-ТВ», «NBC Universal Television», «BBC», «FOX». Для выявления общеязыковых особенностей и конкретно-языковых черт реализации вербальной агрессии в русском и английском языках были применены методы контекстного анализа, синтактико-стилистического анализа, контент анализа количественных данных, а также метод лингвистической интерпретации.

Результаты и обсуждения

Для иллюстрации экспрессивной функции повторений как средства передачи агрессии рассмотрим разнообразные случаи их использования в реальных коммуникационных ситуациях с высокой эмоциональностью; к примеру, на материале англоязычных ток-шоу

Так, Стив Уилкис в одном из своих ток-шоу, отпускает в адрес нерадивого отца следующую реплику: “You… (a pause) you say you can’t control! You’re in anger, you can’t control yourself, you rage. That’s your words!” Обратимся к реплике “you rage, you can’t control yourself, you’re in anger”. Отметим, что данное бессоюзное сложное предложение может быть разделено на три однородных сочиненных предложения – You rage. You can’t control yourself. You are in anger. Иными словами, в данном случае имеет место одна из разновидностей повтора – синтаксическая конвергенция (группа из нескольких совпадающих по функции элементов, объединенных одинаковым синтаксическим отношением к подчиняющему их слову или предложению). Укажем на наличие в данной реплике ряда лексических единиц отрицательной оценки – to be in anger, to rage. Наличие в словарном значении слова прилагательных отрицательной оценки *bad* и *unkind*, а также глагола *to hurt,* обозначающего действие нанесения объекту вреда, свидетельствует об агрессивной семантике используемого коммуникантом словосочетания *to be in anger*. Интенсифицирует агрессивность высказывания лексема *to rage*.

Одновременно с упоминанием говорящим каждой новой оценочной лексемы, происходит усиление агрессии ведущего: сначала он употребляет словосочетание to be in anger, находящееся в левой части шкалы (сравните: anger – indignation – fury – rage - wrath), далее Стив Уилкис указывает на то, что, будучи в состоянии гнева, мужчина постоянно кричит на своего семилетнего сына, нанося при этом ему увечья, другими словами, он теряет на собой контроль (You can’t control yourself). Далее ведущий, дабы подчеркнуть высокую степень агрессии, демонстрируемую отцом по отношению к своему сыну, когда тот избивает ребенка, употребляет глагол *to rage (приходить в ярость).* Подобная последовательность употребления ведущим вышеозначенных лексических единиц говорит о градации агрессивных эмоций в приведенном в качестве примера высказывании. Более того, организация указанных лексических единиц с использованием синтаксической конвергенции усиливает эффект «нарастания» агрессивных эмоций говорящего, приводя к их еще большей интенсификации.

Из 33 случаев употребления повтора участниками англоязычных телевизионных передач, 17 относится к такому виду синтаксического повтора как параллелизм (например: “*My mother can’t support me* financially any more, *my father doesn’t give me* money!), 10 к такому как анафора (например: *When* did you abuse your child for the first time? *When* it happened?) и 6 к такому виду синтаксического повтора как эпифора (например: When I listen to you – *you make me sick*! If I see you in the street – *you make me sick*!).

Полагаем, что значительной экспрессивностью в ходе агрессивной коммуникации также обладают отрицательные конструкции, которые всегда представляются как более выразительные по сравнению с утвердительными. В действительности отрицательные предложения встречаются в текстах гораздо реже, чем утвердительные, что как следствие делает их более информативными в плане текстового представления агрессии. В отличие от параллельных конструкций, которые заключают в себе агрессивную эмоцию раздражения, собственно отрицание не несет в себе агрессивного смысла, а лишь отражается в соответствующем контексте. Следовательно, как мы считаем, «агрессивное» отрицание необходимо рассматривать как отрицание в рамках агрессивного высказывания, нацеленное на усиление эмоций говорящего. Например:

Ведущий: You would fight for your child’s life? /Героиня: Aha. /Ведущий: I find it hard to believe! I don’t believe it!

Данный пример передает то, что «агрессивное» отрицание в составе второй реплики ведущего выражает гораздо большую степень агрессии, нежели утвердительное предложение «I find it hard to believe», хотя оба передают практически идентичный смысл, однако здесь мы также имеем дело с градацией агрессивных эмоций ведущего, пик которых совершенно очевидно приходится на использование им отрицательной конструкции «don't believe». При этом само отрицание не несет в себе агрессивного смысла. Сделать вывод о том, что говорящий испытывает агрессивные эмоции в момент использования конструкции, мы может только исходя из контекста высказывания. Здесь отрицание заключает в себе агрессивный смысл именно в контексте соответствующей эмоциональности. Само же «агрессивное» отрицание играет роль усилителя в выражении агрессивных эмоций говорящего.

Из 70 случаев употребления отрицательных конструкций, стоит отметить, что 48 из них являются общеотрицательными, где отрицание стоит при сказуемом (например: I *didn't mean* to do anything to her!), 22 же являются частноотрицательными, в которых отрицательная частица стоит не при сказуемом, а при каком-либо другом члене предложения (например: There is no sense in what you are saying! It's all bullshit!)

Императивы также являются одним из наиболее употребляемых средств выражения агрессии в английском языке (37 случаев употребления). Как известно, повелительное высказывание имеет своей задачей оказать воздействие на партнера по коммуникационному процессу, вызвать конкретное действие со стороны того, к кому оно обращено. Например:

Ведущий: Stop it! You made a lot of mistakes, didn't you? Why did you molest the girl?

Семантическая структура императива «Stop it!» включает в себя семантический элемент со значением приказа. Ведущий, устав от оправданий героя ток-шоу, которые совершенно не объясняют причину его сексуального домогательства к ребенку, в гневной форме приказывает своему собеседнику прекратить делать это, быть точным и, наконец, дать ответ на поставленный вопрос.

Одним из структурных показателей эмоционального значения в предложении является *словорасположение***.** Английский язык отличается грамматически фиксированным порядком слов в предложении, являющемся важным средством установления их синтаксических функций. Изменение фиксированного порядка следования членов предложения, перемещение какого-либо компонента на необычное для него место – инверсия – служит средством его смыслового выделения, связанного, как правило, с аффективным состоянием говорящего и, соответственно, с новым эмоциональным содержанием высказывания.

Меньшая степень эмоциональности требует вынесения на необычное место одного из членов предложения – при сохранении обычного порядка слов других членов предложения (инверсия – 17 случаев употребления). Следовательно, полная инверсия может служить показателем более интенсивной эмоции, реализуемой в предложении. Например:

Ведущий: No, no, no. About insurance I don't care! We are talking there's your son on the screen. You lost him! Ok? You lost your son! I don't wanna hear about car insurance. Who did they say was the cause of this accident?

В данном случае инверсии подвергается косвенное дополнение, выносимое в первую позицию. Выдвижение на первый план дополнения *about insurance* продиктовано эмфатичностью высказывания, раздражением ведущего, вызванным его собеседником, который не хочет признавать того, что виновен в смерти собственного сына и вместо этого говорит об отсутствии автомобильной страховки, что совершенно не связано с тем, что он, поехав на красный цвет, спровоцировал аварийную ситуацию. Именно поэтому, при помощи инверсии Стив Уилкис подчеркивает, что автомобильная страховка – это то, о чем он меньше всего хотел бы говорить в сложившейся ситуации.

В числе синтаксических средств создания агрессивности высказывания значительное распространение получают эллиптические конструкции. Как мы выяснили в ходе анализа агрессивной коммуникации, «агрессивный» эллипсис представляет собой опущение компонентов реплики агрессора, не имеющих существенное значение в передаче агрессивного смысла. Соответственно, такие конструкции включают в себя преимущественно компоненты агрессивного содержания, которые и указывают на эмоции говорящего. Например:

1). You haven't seen your mother for two months. You're with this guy. He's torn your family apart! What a shame! You don't even hug your mother! (опущению подвергается грамматическое подлежащее «it» и глагол-связка «is»)

Законы структурной организации связного текста, правила распределения в высказываниях коммуникативного динамизма лишают эллиптические конструкции эмоциональности в целом ряде типовых окружений. Стилистически маркированными, эмоционально отмеченными в этих условиях часто оказываются как

раз полносоставные структуры с эксплицитно выраженными повторяющимися компонентами. Их эмоциональная напряженность усиливается именно тем, что повторение здесь структурно не обусловлено.

Типичным случаем употребления стилистически маркированного полносоставного предложения для выражения агрессивных эмоций является его использование в ответных репликах диалогических единств. Например:

Ведущий: You don't think you have a drug problem and you don't want rehab? /Героиня: No, I don't want rehab!

Нормой для неэкспрессивной речи был бы в этом случае краткий ответ «No, I don't» с нулевыми формами вместо повторяющихся знаменательных компонентов. В нашем примере вторая реплика отличается от первой только коммуникативной категорией – выражением подтверждения. Эта категория и составляет то новое, что выражается в сообщении, то есть рему. Однако для выражения ремы совсем не требуется повторять все элементы высказывания. Повторение знаменательных компонентов создает избыточность, которая становится стилистически значимой. В результате создается мощный эффект усиления, и предложение вторичной полноты приобретает дополнительные эмоциональные коннотации. В данном случае мы имеем дело с раздражением, испытываемым героиней ток-шоу в ответ на вопрос ведущего, заданного в явной ироничной манере.

Показателями эмоциональной напряженности высказывания могут быть смешанные коммуникативные типы предложений, то есть предложений, в которых коммуникативное содержание противоречит коммуникативной форме. Типичным примером эмоционально окрашенного предложения смешанного коммуникативного типа является риторический вопрос. Например:

"Why should I give you a chance to have a relationship with me and my son when I don't know you? I don't know anything about you! I don't wanna know anything about you!"

Приведенный вопрос соответствует заявлению: «I shouldn't give you a chance to have a relationship with me and my son when I don't know you!» Утвердительная форма вопроса передает отрицание в смысловом содержании имплицируемого заявления. Соответственно, данное преобразование совершенно однозначно демонстрирует нежелание героини ток-шоу знакомиться со своим отцом, который отказался от нее и спустя двадцать лет решил воссоединиться с дочерью и ее семьей. Последующие реплики девушки и наличие в них отрицательных конструкций, которые, как мы указали раннее, также широко используются для интенсификации агрессивных эмоций говорящего, только подтверждают её крайне отрицательное отношение к собеседнику.

В русском языке Исследование показало, что в числе наиболее распространенных синтаксических средств передачи или выражения дополнительных особенностей агрессивных эмоций на русскоязычном материале обнаруживаются синтаксические повторы (41), отрицание, инвертированный порядок слов.

Например: Гость 1: Я за то, чтобы ей помочь, но я только говорю, профессиональные медики могут этому помочь! /Гость 2: Почему они мне не помогли?! Почему они меня в психиатрию постоянно *отсылают*?! Почему этого не было?!

Данный коммуникативный контекст содержит речевую агрессию, направленную не на собеседника как такового, а на врачей, которые не могут поставить диагноз гостье ток-шоу и утверждают, что она сама придумала свою болезнь, а значит психически нездорова. Анафорический повтор местоименного наречия *почему* и местоимения *они,* передает раздражение и гнев женщины по отношению к врачам, а также несогласие с репликой ее коммуниканта, так как она считает, что медики в государственных больницах не могут ей помочь, поэтому она вынуждена обращаться к народным целителям. Как и в случае с английским языком, мы вновь убеждаемся в том, что анафорический повтор, будучи грамматическим дескриптором агрессии, имплицитно выражает агрессивные эмоции говорящей, по сравнению с лексическими дескрипторами выражения эмоций. Другими словами, чтобы убедиться в том, что в реплике женщины присутствуют какие-либо эмоции «триады враждебности» или же иллокутивы гнева, нужно тщательно ознакомиться с контекстом всего высказывания, или же даже с репликами героев на протяжении всей передачи. При этом эмоциональный центр рассматриваемого высказывания приходится на лексический дескриптор вербальной агрессии, представленный глаголом положительной оценки *отсылать*, который под воздействием агрессивного контекста приобретает отрицательную коннотацию. При этом в словосочетании «отсылать в больницу», стилистически нормированным было бы употребить глагол *направлять*, нежели *отсылать*. Отклонение от нормы, усматриваемое в представленном примере, уже само по себе свидетельствует о наличии некоторой эмоциональности в речи героини ток-шоу.

В устной речи участников телепередач можно обнаружить повторения целых предложений, повторение членов предложения или отдельных знаменательных слов и, наконец, повторения служебно-грамматических элементов (например, союзов).

Отрицательные конструкции также часто встречаются в русском языке в качестве интенсификаторов агрессивных эмоций в речи говорящего. Например: Вы лжете 12 лет! Вы ничего не выполнили! Вы **не дали** квартир, кому обещали, вы не решили проблему здравоохранения!

В данном примере отрицание выражено частицей *не*, находящейся перед нейтральными по своему эмоциональному значению глаголами *выполнять*, *давать* и *решать*, а также отрицательным местоимением *ничего*. Семантика перечисленных глаголов говорит о том, что, являясь лексическими дескрипторами агрессивного эмоционального значения высказывания, в данном случае они не несут никакой эмоциональной нагрузки, которая здесь целиком и полностью возложена скорее на интонацию, с которой произнесена реплика, на отрицательные конструкции, одна из которых включает грамматический плеоназм, на параллельные конструкции с эмфатическим повтором местоимения «вы» и восклицательно-коммуникативный тип предложения. Что касается контекста, то наличие фразы в самом начале реплики «Вы лжете 12 лет» сразу же нацеливает слушателя на то, что дальнейшее содержание высказывания может носить агрессивный обличительный характер.

Существует три вида отрицательных конструкций в русском языке: обще- и частноотрицательные, а также двойное отрицание, которое не предусмотрено языковым каноном английского языка. При этом именно двойное отрицание чаще всего используется носителями русского языка для выражения агрессии. Из 86 случаев употребления русскоязычных отрицательных конструкций, 38 представлены именно двойным отрицанием, 29 – общеотрицательными конструкциями и 19 – частноотрицательными.

Наряду с синтаксическими повторами и отрицательными конструкциями, важное место в выражении речевой агрессии в русском языке, занимают императивы (52 случая употребления). Так, распространенный в разговорном языке императив «Заткнись!», часто используемый участниками телепередач. Словарная помета «просторечное и вульгарное» говорят о стилистической сниженности второго значения глагола, а значит о его ярко выраженной способности передавать отрицательные эмоции. Как правило, собеседнику, в адрес которого отпущена подобная реплика, не приходится задумываться о том, в каком из двух значений употреблен заявленный глагол.

В отличие от английского языка, в котором, согласно результатам нашего исследования, ряд глаголов, употребляемых в повелительном наклонении для выражения эмоций агрессии в речи, довольно ограничен, в русском таких лексических средств больше и употребляются они довольно часто и широко. Например: не ври, не хами, не лезь, замолчи, закройся, закрой свой рот, не кричите, не ори, залепи (свое дуло), не высовывайся, не смотри (сюда), не пялься, не пали, не перебивай, не вмешивайся, не наговаривай. Как видно, большинство относится к сниженному пласту слов состава языка. В сочетании с высоким тоном голоса, фразовым ударением, характерным для выражения отрицательных эмоций, императивы являются одним из самых употребимых носителями русского языка средств выражения эмоций агрессии.

Риторический вопрос довольно часто встречается в речи участников телепередач как средство выражения речевой агрессии. Например: Вы не дали им квартир! Что ж вы тут стоите лжете? Что вы там что-то говорите? Гнать подальше губернаторов ваших, министров, вашу администрацию!

Приведенные вопросы соответствуют следующим заявлениям: «Уже бы не врали!» и «Уже бы молчали!». Это говорит о том, что говорящий совершенно не требует ответа на поставленные им вопросы. Таким образом он уличает своих оппонентов во лжи, испытывает отвращение к их словам и демонстрирует явное нежелание слушать их. При этом, первый случай употребления риторического вопроса «Что ж вы тут стоите лжете?» имеет яркую агрессивную направленность и не нуждается в изучении контекста высказывания, чтобы ее идентифицировать. Эмоциональным центром данного предложения является глагол отрицательной оценки лгать, который, являясь лексическим дескриптором агрессии, содержит конкретизатор эмоции как обязательный компонент: говорить или писать **ложь**, **неправду**, противное истине.

Выводы

Таким образом, по данным нашего исследования, повтор представляет собой одно из наиболее важных и распространенных синтаксических средств передачи агрессивных эмоций человека. Исходя из анализа фрагментов речи коммуникантов в рамках проанализированных телевизионных передач, иллюстрирующих агрессивное коммуникативное взаимодействие говорящих, становится очевидным, что повтор выполняет существенную функцию в процессе агрессивного общения, а именно – заключает в себе значительную функциональную информативность. При этом нами обнаружено, что основными функциями повтора в речи агрессора являются интенсификация агрессивных эмоций, передаваемых посредством лексики, создание

эффекта напряжения за счет раздражения, вызванного аналогичностью структуры, а также проявление агрессивной реакции раздражения.

Таким образом, между английским и русским языками существуют как универсальные, так и культурно обусловленные различия в выражении речевой агрессии. Универсальными остаются эмоциональная направленность, выражение враждебных намерений, использование лингвистических приемов для усиления эффекта воздействия. Синтаксические средства выражения агрессии проявляются через повторения, инверсию, эллипсис, интонационные средства и структуру высказывания, которые усиливают эмоциональную окраску и делают агрессивное послание более выразительным. В английском и русском языках данные средства имеют похожие функции, но реализуются через разные языковые конструкции.

Список источников

1. Воронцова Т.А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход. Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2006. 156 с.

2. Горелик П.Л., Русакова М.М., Куценко Л.В. Речевая агрессия как стратегическая коммуникация // Вестник науки и образования. 2022. № 5 (96). С. 48 – 54. URL: https://www.gramota.net/article/phil20220196/fulltext (дата обращения: 03.05.2026).

3. Грамматическое выражение эмоций в английском языке // CyberLeninka. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/grammaticheskoe-vyrazhenie-emotsiy-v-angliyskom-yazyke (дата обращения: 11.04.2026).

4. Ермакова Е.В., Кондрашева Е.В. Речевая агрессия в публицистической речи (на примере ток-шоу «60 минут» и «Место встречи») // ЭПИ. Международный научно-практический журнал «Эпоха науки». 2021. № 26. С. 46 – 49. URL: http://eraofscience.com/EofS/Vypyski2021/26_iyun/19014699.pdf (дата обращения: 02.05.2026).

5. Изард К.Е. Психология эмоций. СПб.: Питер, 1999. 212 с.

6. Кузнецова И.С. Формы реализации речевой агрессии и языковые средства ее выражения. Слово. Текст. Контекст. 2025. № 2 (22). С. 72 – 89.

7. Ткаченко О.Ю. Речевая агрессия как проблема лингвоэкологии (на примере речевой агрессии в тексте некоммерческого уличного объявления) // Экология языка: сборник материалов III регион. науч.-практ. конф. Краснодар, 15 декабря 2021года / сост. В.Ю. Новикова. Краснодар: Краснодарский гос. ин-т культуры, 2021. С. 96 – 103.

8. Фирсова М.А. Феномен агрессии в языке: проблема терминообозначения // Вестник Костромского государственного университета. 2024. Т. 30. № 3. С. 140 – 147. DOI: 10.34216/1998-0817-2024-30-3-140-147. URL: https://vestnik.kosgos.ru/attachments/article/1350/Firsova-MA-vestnik-ksu-2024-3-ru.pdf (дата обращения: 26.04.2026).

9. Шаховский В.И. Языки и эмоции // URL: https://rusexpert.ru/public/metodposob-pdf/ShakhovskJAZYKiEMCII2009.pdf (дата обращения: 10.04.2026).

10. Эмоциональные дескрипторы недоумения // CyberLeninka. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnye-deskriptory-nedoumeniya (дата обращения: 10.04.2026).

References

1. Vorontsova T.A. Speech aggression: a communicative-discursive approach. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University Publishing House, 2006. 156 p.

2. Gorelik P.L., Rusakova M.M., Kutsenko L.V. Speech aggression as strategic communication. Bulletin of science and education. 2022. No. 5 (96). P. 48 – 54. URL: https://www.gramota.net/article/phil20220196/fulltext (accessed: 03.05.2026).

3. Grammatical expression of emotions in the English language. CyberLeninka. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/grammaticheskoe-vyrazhenie-emotsiy-v-angliyskom-yazyke (accessed: 11.04.2026).

4. Ermakova E.V., Kondrasheva E.V. Speech aggression in journalistic speech (on the example of the talk shows "60 minutes" and "Meeting place"). EPI. International scientific and practical journal "Epoch of science". 2021. No. 26. P. 46 – 49. URL: http://eraofscience.com/EofS/Vypyski2021/26_iyun/19014699.pdf (accessed: 02.05.2026).

5. Izard K.E. Psychology of emotions. St. Petersburg: Piter, 1999. 212 p.

6. Kuznetsova I.S. Forms of Speech Aggression and Linguistic Means of Expressing It. Word. Text. Context. 2025. No. 2 (22). P. 72 – 89.

7. Tkachenko O.Yu. Speech Aggression as a Problem of Linguistic Ecology (Based on Speech Aggression in a Non-Commercial Street Advertisement). Ecology of Language: Collection of Materials from the III Regional Scientific and Practical Conf. Krasnodar, December 15, 2021. Compiled by V.Yu. Novikova. Krasnodar: Krasnodar State Institute of Culture, 2021. P. 96 – 103.

8. Firsova M.A. The Phenomenon of Aggression in Language: The Problem of Term Designation. Bulletin of Kostroma State University. 2024. Vol. 30. No. 3. P. 140 – 147. DOI: 10.34216/1998-0817-2024-30-3-140-147. URL: https://vestnik.kosgos.ru/attachments/article/1350/Firsova-MA-vestnik-ksu-2024-3-ru.pdf (accessed: 26.04.2026).

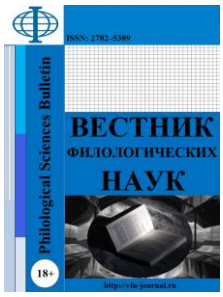
9. Shakhovsky V.I. Languages and Emotions. URL: https://rusexpert.ru/public/metodposob-pdf/ShakhovskJAZYKiEMCII2009.pdf (accessed: 10.04.2026).

10. Emotional Descriptors of Bewilderment. CyberLeninka. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnye-deskriptory-nedoumeniya (accessed: 10.04.2026).

Информация об авторах

Тимошенко Ю.М., *кандидат филологических наук, доцент, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) ФГБОУ ВО РГЭУ (РИНХ), demonowa.yulya@yandex.ru*

© Тимошенко Ю.М., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 81’23
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-247-256

[1] Трофимова Н.А., [1] Фазлиева Д.И.

[1] Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Типологическая модель языковых приёмов убеждения в социальном рекламном дискурсе

Аннотация: *в условиях высокой конкуренции за внимание аудитории эффективность социальной рекламы определяется способностью языковых средств активировать механизмы интерпретациии вовлечения. Статья посвящена выявлению и типологизациияз языковых приемов убеждения в современном российском социальномдискурсе. Материалом исследования послужил корпус из 10 рекламных кампаний (наружная реклама, интернет-реклама, цифровые спецпроекты), реализованных в России в 2022–2025 гг.*

Методологическую основу составляют методы контент-анализа илингвопрагматическогоанализа. Основнойрезультатзаключаетсяв разработке типологической модели языковых приемов убеждения, включающей дискурсивный, стратегический и языковой уровни и описывающей взаимосвязь между языковой формой, коммуникативной стратегией и механизмом воздействия. Показано, что в социальной рекламе языковые средства функционируют в устойчивых конфигурациях, реализующих различные типы воздействия (эмпатийно-ориентированное, идентификационно-ориентированное, перформативно-ориентированное). Установлено, что наибольшей эффективностью обладают стратегии, основанные на персонализации, вовлечении и символизации, обеспечивающие ослабление прямого давления на адресата и усиление эмоциональной и поведенческой реакции адресата.

Ключевые слова: *социальный рекламный дискурс, социальная реклама, убеждение, эмоционально-оценочная лексика, нарратив, интерактивность*

Для цитирования: Трофимова Н.А., Фазлиева Д.И. Типологическая модель языковых приёмов убеждения в социальном рекламном дискурсе // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 247 – 256. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-247-256

Поступила в редакцию: 21 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Trofimova N.A., [1] Fazlieva D.I.

[1] Saint Petersburg State University of Economics

A typological model of persuasive linguistic devices in the discourse of social advertising

Abstract: *in the context of increasing competition for audience attention, the effectiveness of social advertising is largely determined by the ability of linguistic means to activate cognitive and emotional mechanisms of perception. This article aims to identify and systematize persuasive linguistic devices in contemporary Russian social advertising discourse. The empirical material comprises a corpus of ten social advertising campaigns (outdoor, digital, and online formats) implemented in Russia between 2022 and 2025.*

The methodological framework combines content analysis and pragmatic analysis. The main result of the study is the development of a typological model of persuasive linguistic devices, which includes discursive, strategic, and linguistic levels and describes the relationship between linguistic form, communicative strategy, and mechanisms of influence. The analysis demonstrates that persuasive devices function not in isolation but as part of stable con-

figurations that realize different types of impact, including empathy-oriented, identification-oriented, and performative modes of persuasion. It is shown that the most effective strategies are based on personalization, engagement, and symbolization, which contribute to reducing cognitive resistance and enhancing both emotional involvement and behavioral response of the audience.

Keywords: *social advertising discourse, social advertising, persuasion, emotional and evaluative vocabulary, narrative, interactivity*

For citation: Trofimova N.A., Fazlieva D.I. A typological model of persuasive linguistic devices in the discourse of social advertising. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 247 – 256. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-247-256

The article was submitted: April 21, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

В рамках современной теории убеждающей коммуникации, разработанной Д. О'Кифе [21], убеждение рассматривается как процесс изменения установок посредством целенаправленно организованных сообщений. В условиях цифровой медиасреды данный процесс осложняется формированием у адресата механизмов распознавания и избегания убеждающих воздействий [15], что приводит к снижению чувствительности аудитории к традиционным стратегиям – апелляции к страху, жалости и моральному долгу. В этой связи особую значимость приобретает изучение языковых механизмов убеждения, обеспечивающих преодоление психологических защит отмедиаперегрузки [17]. Особенно важно это для социальной рекламы, которая, в отличие от коммерческой, не может опираться на прямую утилитарную выгоду и требует поэтому более сложных и опосредованных стратегий воздействия [18, 20].

Несмотря на значительный корпус исследований, посвящённых рекламному дискурсу и речевому воздействию [9, 10, 11], следует отметить, что большинство работ сосредоточено либо на общих характеристиках рекламной коммуникации, либо на анализе коммерческой рекламы. Социальная реклама как особый тип дискурса с выраженной аксиологической и этической нагрузкой остаётся недостаточно описанной в аспекте языковой организации убеждающего воздействия. Отдельные исследования затрагивают психологические и прагматические аспекты рекламной коммуникации [7, 6, 1], однако системное описание языковых приёмов убеждения в их соотнесённости с механизмами восприятия и интерпретации сообщения представлено фрагментарно, несмотря на активное развитие цифровой рекламной коммуникации, ориентированной преимущественно на поведенческие и маркетинговые эффекты [13].

Целью настоящего исследования является выявление и систематизация языковых приёмов убеждения в современном российском социальном рекламном дискурсе, а также описание механизмов их функционирования в аспекте воздействия на адресата.

Материалы и методы исследований

Материалом исследования послужил корпус из десяти социальных рекламных кампаний, реализованных в России в 2022–2025 гг., включающий тексты наружной рекламы, интернет-рекламы и цифровых спецпроектов. Отбор материала осуществлялся с учётом его публичной доступности, социальной направленности и наличия выраженной вербальной компоненты, позволяющей анализировать языковые средства убеждения. Корпус охватывает кампании, посвящённые проблемам здоровья, социальной помощи и инклюзии, что обеспечивает тематическое разнообразие и выявляет общие закономерности функционирования убеждающих стратегий.

Методологическая база исследования опирается на лингвопрагматический и дискурсивный подходы к анализу рекламной коммуникации, в рамках которых рекламный текст рассматривается как целенаправленное коммуникативное действие, реализующееся в системе дискурсивных практик, задающих формы интерпретации и оценки действительности. В этом смысле социальная реклама может быть описана как особый тип институционального дискурса, в котором языковые средства выступают инструментом формирования ценностных установок и моделей поведения [3]. В отличие от традиционных описаний рекламных стратегий, сосредоточенных на классификации выразительных средств, в настоящем исследовании акцент переносится на выявление механизмов убеждающего воздействия, реализуемых через языковые структуры.

Аналитическая процедура строится на принципе операционализации понятия «убеждение». В современной теории дискурса убеждение рассматривается как стратегически организованная форма воздействия, включающая как рациональные, так и эмоциональные компоненты [25, 14], а также процессы когнитивной

переработки информации, влияющие на оценку и принятие сообщения [21, 23]. Опираясь на это понимание, мы определяем прием убеждения как воспроизводимую языковую или дискурсивную модель, обладающую устойчивой функцией воздействия на адресата и направленную на модификацию его когнитивных установок или эмоционального состояния. В рамках данного исследования операциональными признаками приема выступают: (1) повторяемость в разных кампаниях; (2) наличие устойчивой языковой формы (лексической, синтаксической, прагматической); (3) соотносимость с определенным механизмом воздействия (эмпатия, снижение сопротивления, вовлечение). Данное определение приема позволяет перейти от интуитивного описания к системному анализу.

Выделение параметров, релевантных для описания убеждающего воздействия в рекламном дискурсе, опирается на современные исследования рекламной коммуникации и стратегий убеждения, в которых рекламный дискурс рассматривается как многоуровневая система, включающая языковую организацию, адресацию и сценарную структуру [11, 2]. В рамках анализа учитываются тип лексической организации, наличие сюжетной структуры, степень эксплицитности воздействия, уровень интеграции действия в сообщение, а также характер адресации, включая использование персонализированных форм обращения, влияющих на степень вовлеченности адресата [18]. Данные параметры соотносятся с ключевыми аспектами организации убеждающего дискурса – от языкового выбора до прагматической направленности и интерактивности коммуникации. На их основе осуществляется типологизация языковых приёмов убеждения, при этом каждый тип интерпретируется через соответствующий механизм воздействия: эмпатийную активацию, персонализацию, вовлечение, символизацию и снижение когнитивного сопротивления [15].

Научная новизна исследования заключается в разработке типологической модели языковых приёмов убеждения в социальном рекламном дискурсе, в рамках которой данные приёмы описываются как элементы многоуровневой системы, объединяющей языковую форму, коммуникативную стратегию и механизм воздействия. В отличие от существующих классификаций, ориентированных на описание отдельных средств, предложенная модель позволяет установить системные связи между уровнями организации дискурса и объяснить функциональную эффективность языковых решений.

Модель языковых приёмов убеждения в социальном рекламном дискурсе

Анализ эмпирического материала показал, что языковые средства убеждения в социальном рекламном дискурсе функционируют не изолированно, а в устойчивых сочетаниях, гдеязыковаяформа связана с коммуникативной стратегией и предполагаемым эффектом воздействия. Это позволяет перейти от описательного перечисленияприемов к построению типологической модели, объясняющей механизм убеждающего воздействия. Такое понимание соотносится с теорией убеждающей коммуникации, в рамках которой убеждение рассматривается процесс изменения ментальных состояний адресата, предшествующий изменению в поведении [21].

Предлагаемая модель основана на подходе к речевому воздействию и рекламному дискурсу и их операционализации на эмпирическом материале. В частности, она опирается на разработки в области лингвопрагматики и теории речевого воздействия [9, 10, 5, 12 и др.], а также на исследованиях рекламного дискурса и его стратегической организации [11, 8, 4 и др.). Она рассматривает языковые средства в связи с механизмами воздействия на разных уровнях дискурса, что соответствует современным исследованиям рекламной коммуникации, акцентирующим внимание на вовлечении адресата и его взаимодействии с сообщением [20].

Модель имеет многоуровневую структуру и включает дискурсивный, стратегический и языковой уровни, что позволяет соотнести конкретные языковые реализации с когнитивными и социальными механизмами интерпретации, определяющими эффект воздействия [25, 14].

На дискурсивном уровне выделяются базовые типы организации воздействия, задающие общий вектор коммуникации. Материал исследования позволяет говорить о трех доминирующих типах: эмпатийно-ориентированном, идентификационно-ориентированном и перформативно-ориентированном воздействии. В первом случае воздействие строится на моделировании переживания и вовлечении адресата через эмоциональное соотнесение с описываемой ситуацией. Данный эффект соотносится с механизмами аффективной переработки информации, при которых легкость восприятия усиливает положительную оценку сообщения [23]. Во втором случае ключевую роль играет включение адресата в коллективную рамку, формирование эффекта «мы» и сопричастности, что подтверждается исследованиями влияния местоимений на вовлеченность аудитории [18]. В третьем случае акцент переносится с интерпретации сообщения на действие, при этом коммуникация организуется таким образом, что понимание непосредственно переходит в практическое участие. Как показывают исследования взаимодействия в цифровой рекламе, подобные языковые структуры непосредственно коррелируют с поведенческой реакцией адресата [20].

Дискурсивные типы воздействия реализуются через совокупность стратегий, образующих следующий – стратегический – уровень модели. В ходе анализа были выявлены шесть базовых стратегий: персонализация, нормализация, идентификация, конфронтация, вовлечение и символизация. Каждая стратегия имеет предпочтительные языковые маркеры: для персонализации – бытовая лексика и конкретные имена/ситуации; для нормализации – формы совета, бытовые формулировки, императивы; для идентификации – инклюзивные конструкции, местоимения мы/наш, призывы к совместному действию; для конфронтации – прямая номинация проблемы и риторический вызов; для вовлечения – императив и указание на немедленное действие; для символизации – метафора и визуально-вербальные комплексы. Эффективность данных стратегий соотносится с рядом факторов, выявленных в современных исследованиях рекламной коммуникации, включая персонализацию, вовлеченность и вирусный потенциал контента [17].

Принципиально важным является то, что в рамках данной модели языковой прием рассматривается элемент цепочки, ведущей от языковой формы к стратегии и механизму воздействия и далее через них к эффекту восприятия и интерпретации. Именно эта связка позволяет объяснить эффективность тех или иных решений и выявить закономерности функционирования убеждающего дискурса в современной социальной рекламе. Такпредложенная модель задаёт аналитический инструмент, применимый к дальнейшему исследованию рекламной коммуникации.

Результаты и обсуждения

Применение предложенной типологической модели к эмпирическому материалу выявляет устойчивые конфигурации языковых приёмов убеждения в современном российском социальном рекламном дискурсе, в которых языковая форма соотносится с определённой стратегией и механизмом воздействия.

Наиболее репрезентативной для исследуемого материала оказывается эмпатийно-ориентированная модель воздействия, реализуемая преимущественно через стратегии персонализации и нормализации. Так, в кампании «Незабываемые напоминания» (проект Деменция.net) языковая организация сообщения строится на использовании предельно простой, бытовой лексики, оформленной в виде инструктивных высказываний (Тебя зовут Марина Степановна, Если забудешь, как доехать до дома…). Вынесенные из повседневного контекста и помещённые в публичное пространство, такие высказывания приобретают дополнительную семантическую нагрузку: они одновременно сохраняют форму бытовой инструкции и функционируют как маркер утраты базовых когнитивных ориентиров. В этом случае мы имеем дело с проявлением так называемого феномена перцептивной легкости, при котором простота и узнаваемость языковой формы усиливают ее аффективное воздействие (“processing fluency increases positive evaluation”) [23].

В рамках предложенной модели данный приём реализует стратегию персонализации, переводя абстрактную проблему деменции в индивидуально переживаемую ситуацию, и стратегию нормализации, поскольку используются привычные коммуникативные формы. Механизм воздействия в данном случае связан с эффектом узнавания, который запускает эмпатийную реакцию адресата без обращения к прямой оценочной лексике. Так достигается парадоксальный эффект: отсутствие эксплицитной эмоциональной маркировки потенциально усиливает воздействие за счёт когнитивного «сбоя» между формой и контекстом. Иначе говоря, нестандартная форма вовлекает адресата в суть слогана и повышает вероятность переключения его внимания с автоматического считывания информации на ее более глубокую обработку [20].

Примером реализации стратегии нормализации может служить слоган кампании «Беги! Не бойся! Не молчи!» (2024–2025), представленный прямо в названии. Он представляет собой пример отказа от виктимизирующей риторики. Языковой прием строится на трех глаголах в повелительном наклонении (беги, не бойся, не молчи), которые последовательно переводят адресата из пассивной позиции (жертва) в активную (субъект действия). Эффективность императивных конструкций связана с их способностью непосредственно инициировать поведенческую реакцию адресата, что в теории убеждения описывается как переход от когнитивной оценки к действию под влиянием коммуникативного импульса [21]. Как отмечают разработчики рекламы, «вместо акцента на травме – акцент на силе». В рамках модели можно говорить о реализации двух стратегий одновременно: стратегии нормализации через рефрейминг проблемы и стратегию вовлечения через интеграцию сообщения в реальное действие (участие в забеге).

Идентификационно-ориентированное воздействие в анализируемом материале реализуется через стратегию включения адресата в коллективную рамку, что наглядно видно, например, в новогодних акциях фонда «Живи сейчас» (помощь людям с боковым амиотрофическим склерозом). Например, в акции «Окна добра» (2024) языковая организация сообщения строится на инклюзивной адресации и нарративе совместного творчества. Подобная стратегия подтверждается исследованиями, показывающими, что использование инклюзивных форм (мы, наш) усиливает вовлеченность и готовность к взаимодействию [18]. Ключевой императив – *Зажечь окно* – метафорически переводит акт пожертвования в визуально-игровое действие. Адре-

сату предлагается сценарий: *оставляйте свои пожелания и наблюдайте, как оживает и растет дом, наполняясь светом прямо у вас на глазах*. При этом подчеркивается воспитательная функция: *Пусть они сами выберут окошко, напишут доброе пожелание и почувствуют себя создателями маленького праздника*. Завершающий призыв, вызывающий сильные эмоции (*Делитесь магией с друзьями в социальных сетях – пусть светлых окон и радостных моментов станет ещё больше!*), побуждает адресата добровольно поделиться контентом. Данный эффект можно интерпретировать в свете исследований вирусности рекламного контента, показывающих, что именно эмоциональная вовлеченность становится ключевым фактором дальнейшего распространения сообщений [17] идентифицирует адресата как участника сообщества «зажигающих окна». Кроме того, слоган акции создает эмоциональную связь, рождает сопереживание, прямое обращение вовлекает адресата в социальное взаимодействие. Важно подчеркнуть смещение фокуса оценки в слогане: помощь интерпретируется не как реакция на чужое страдание, а как социально одобряемая форма соучастия в создании праздника.

Примером реализации стратегии идентификации может служить также слоган «Спасибо за отказ!», представляющий собой одновременно название кампании против продажи вейпов и электронных сигарет несовершеннолетним (Правительство Москвы, 2024). Эта кампания адресована не курильщикам, а широкой общественности и продавцам. Она реализуется через формирование коллективной ответственности: в слоган «Спасибо за отказ!» вкладывается идея о социальной одобряемости отказа от продажи сигарет подросткам. Механизмом убеждения здесь служит позитивное подкрепление: вместо запретительной риторики (не продавай, не покупай) используется поощрение благодарностью за правильное поведение, усиливающее вероятность принятия требуемого поведения [21].

Особую группу составляют примеры реализации стратегии конфронтации, где убеждение достигается через отказ от эвфемизации и называние вещей своими именами, когда речь идет о стигматизирующей проблеме как в слогане рекламной кампании фонда «Онкологика» Рак не знает, с кем связался. Прямая номинация и персонификация болезни, а также использование модели противостояния (Ты не знаешь, с кем связался) в приведенном примере призваны убедить адресата взять инициативу в свои руки и признать болезнь как задачу, требующую решения. При этом прямота номинации и отказ от вуалирования проблемы могут способствовать сокращению психологической дистанции и усилению субъективной значимости вопроса [24]. Роль адресата-пациента переопределяется, в слогане он представляется не жертвой, а активным действующим лицом, готовым к сопротивлению. Происходит важная трансформация прагматической рамки высказывания: пассивная, парализующая жертвенность преобразуется в «вызов», превращающий препятствия в возможности.

Еще одним ярким примером использования стратегии конфронтации является кампания Департамента здравоохранения Москвы «Как дела, пока не родила?» (2025). Слоган этой кампании представляет собой бытовое и несколько агрессивное обращение к женщине (*«Как дела, пока не родила?»*), нарушающее правила деликатной коммуникации на тему репродукции. Конфронтация заключается в постановке «неудобного» вопроса, разрушающего психологический барьер в разговоре о том, что обычно охраняется от чужого проникновения. Одновременно здесь задействован механизм вирального вовлечения: провокативная формулировка стилистически имитирует распространённый в соцмедиахейтинг-дискурс, что парадоксальным образом провоцирует не отторжение, а обсуждение и репосты [20]. Важно, что визуальное решение (символьное сердце вместо буквы «о» в слове родила) смягчает агрессивность вербального посыла, создавая гибрид конфронтации и символизации.

Стратегия конфронтации может реализовываться через переосмысление культурного стереотипа. Кампания «Бьет – значит НЕ любит» (Кризисный центр помощи женщинам и детям, Москва, 2023) демонстрирует прием прямого оспаривания укорененной в массовом сознании поговорки. Языковой механизм строится на отрицании: устойчивое выражение «бьет – значит любит» (нормализующее насилие) преобразуется в противоположный тезис с императивом «НЕ молчи». В терминах модели это реализует стратегию конфронтации через отказ от эвфемизации и одновременно стратегию вовлечения, поскольку призыв не молчать предполагает конкретное коммуникативное действие. Эффективность подхода подтверждается ростом обращений в кризисный центр на 45% [twiga.ru/twigapr./nemolchi].

Одной из широких кампаний Минздрава России в рамках нацпроекта «Демография» была кампания «Да брось ты» против использования вейпов и электронных сигарет (2024). Ключевыми слоганами этой кампании были следующие: *Решил, что кашель у тебя не из-за вейпа? Да брось ты. Говоришь, что это просто такой клубничный пар? Да брось ты. Считаешь, раз это назвали "система нагревания", то и вреда никакого? Да брось ты.* Эта кампания реализует стратегию конфронтации, реализованную через ироническое оспаривание самообмана. Каждый слоган построен как переспрос адресата об обоснованности доказа-

тельств безопасности курения вейпов (кашель не из-за вейпа, это просто клубничный пар), за которой следует резкое опровержение-призыв (Да брось ты). Языковой прием включает прямую цитацию типичных рационализаций курильщиков и разрушение этих рационализаций через императив с использованием разговорной стилистики (Да брось ты) для снижения дистанции между коммуникантами. В терминах модели это реализует стратегию конфронтации через разоблачение когнитивных искажений, при этом механизм воздействия связан с эффектом «зеркала»: адресат узнает собственные оправдания и сталкивается с их несостоятельностью, а, следовательно, пересматривает их [15].

Перформативно-ориентированное воздействие наиболее последовательно реализуется в тех случаях, когда языковое сообщение интегрируется с действием адресата. Характерным примером является кампания фонда «Дети-бабочки» (Помоги, не касаясь), в которой вербальный призыв непосредственно связан с возможностью бесконтактного пожертвования. Слоган функционирует одновременно на буквальном и метафорическом уровнях: с одной стороны, он указывает на технический способ совершения действия, с другой – отсылает к физической уязвимости подопечных фонда. В рамках модели данный приём реализует стратегию вовлечения и опирается на механизм минимизации когнитивного разрыва между пониманием и действием. Адресат не проходит этапа дополнительного решения, поскольку действие оказывается уже «встроенным» в структуру сообщения. По сути, язык здесь перестаёт быть лишь средством репрезентации и становится элементом перформативного акта, в котором смысл реализуется через действие.

Наконец, стратегия символизации находит выражение в использовании метафорических и визуально-вербальных конструкций, как это наблюдается в проекте «Доброшрифт» (фонд «Подарок ангелу»). Само название представляет собой метафорическую номинацию – шрифт, созданный на основе прописей детей с ДЦП, назван «добрым», что проецирует физические особенности письма на моральную категорию. Метафорическая модель выступает здесь в качестве механизма символического сжатия информации [19], позволяющей передать сложные смыслы через доступные ассоциативные структуры. Подобные визуально-вербальные решения усиливают эффект запоминания за счет повышения наглядности и «живости» образа, модальная насыщенность сообщения влияет на формирование яркого когнитивного следа [16]. Формула Используй этот шрифт – поддержи тех, кто его создал, – переводит акт коммуникации в перформативное действие. В рамках модели это не только символизация, но и стратегия идентификации: использование шрифта в публичном пространстве (кампаниями, СМИ) становится маркером принадлежности к инклюзивному сообществу. Эффект ритуала (использование каждую первую среду октября) закрепляет новую культурную норму, где помощь перестает быть разовым действием и становится частью повседневной практики.

Обобщая результаты анализа, можно отметить, что современный социальный рекламный дискурс характеризуется смещением от прямых, эксплицитно оценочных форм воздействия к более сложным, опосредованным стратегиям, основанным на взаимодействии языковых и дискурсивных факторов. Это повышает эффективность опосредованных стратегий убеждения, основанных на вовлечении и когнитивной обработке информации [21, 17]. Наиболее продуктивными оказываются те модели, в которых достигается согласование между формой сообщения, стратегией воздействия и механизмом восприятия [22]. Это подтверждает продуктивность предложенного подхода, позволяющего рассматривать языковые приёмы убеждения как элементы единой функциональной системы, а не как набор разрозненных средств.

Проведенный анализ позволяет обобщить выявленные закономерности в виде типологической модели, представленной в таблице 1. Модель объединяет три уровня: дискурсивные типы воздействия (эмпатийно-ориентированное, идентификационно-ориентированное, перформативно-ориентированное), реализующие их стратегии (персонализация, нормализация, идентификация, символизация, конфронтация, вовлечение), соответствующие языковые маркеры и механизмы воздействия.

Таблица 1

Типологическая модель языковых приёмов убеждения в социальном рекламном дискурсе.

Table 1

Typological model of linguistic persuasive techniques in social advertising discourse.

Дискурсивный тип	**Стратегия**	**Языковые маркеры**	**Механизм воздействия**
Эмпатийно-ориентированное (моделирование переживания)	Персонализация	Бытовая лексика, имена, прямые обращения	Эмпатийная активация, узнавание
	Нормализация	Формы совета, бытовые формулировки, императивы	Снижение когнитивного сопротивления
Идентификационно-ориентированное (включение в «мы»)	Идентификация	Инклюзивные конструкции, «мы/наши», призывы к совместному действию	Эффект принадлежности, социальная идентичность
	Символизация	Метафора, визуально-вербальные комплексы, названиебренд	Ассоциативное сжатие, культурное кодирование
Перформативно-ориентированное (понимание → действие)	Конфронтация	Прямая номинация, риторический вызов, негация стереотипа	Разрушение психологических защит
	Вовлечение	Императив + указание на немедленное действие	Минимизация разрыва «понимание → действие»

Как демонстрирует таблица, стратегии не закреплены жестко за одним дискурсивным типом: например, символизация («Доброшрифт») может работать в рамках как идентификационного, так и перформативного воздействия. В реальных кампаниях также нередко наблюдается гибридизация стратегий (конфронтация и вовлечение в кампании «Да брось ты»).

Выводы

Проведённое исследование позволило выявить закономерности функционирования языковых приёмов убеждения в современном российском социальном рекламном дискурсе и уточнить их роль в организации коммуникативного воздействия. В отличие от традиционных описаний, ограничивающихся перечислением выразительных средств, в работе предпринята попытка рассмотреть убеждение как системно организованный процесс, в котором языковые элементы соотносятся с коммуникативными стратегиями и механизмами восприятия.

В ходе анализа было установлено, что языковые приёмы убеждения реализуются в рамках трёх базовых типов дискурсивного воздействия – эмпатийно-ориентированного, идентификационно-ориентированного и перформативно-ориентированного. Каждый из этих типов соотносится с определённым набором стратегий (персонализация, нормализация, идентификация, конфронтация, вовлечение, символизация), которыеполучают языковое воплощение в виде повторяющихся моделей организации высказывания. Тем самым подтверждается, что структурная организация убеждающего воздействия в социальной рекламе определяется не отдельными языковыми средствами, а согласованностью всех уровней коммуникативной структуры. Вопрос о корреляции этой согласованности с реальной перлокутивной эффективностью требует отдельного эмпирического исследования.

Анализ языкового материала показал, что современная социальная реклама демонстрирует отход от прямой эмоционально-оценочной риторики в сторону более сложных и опосредованных форм воздействия. Наиболее продуктивными оказываются стратегии, основанные на снижении когнитивного сопротивления (через нормализацию и бытовизацию высказывания), формировании эффекта принадлежности (через инклюзивную адресацию и сюжетную организацию высказывания), а также на интеграции действия в структуру сообщения, при которой граница между пониманием и действием оказывается минимизированной. Важную роль играет также символизация, позволяющая представить социально значимые проблемы в сжатой и ассоциативно насыщенной форме.

Результаты анализа позволяют рассматривать выявленные языковые приёмы не только как элементы дискурса, но и как средства, определяющие характеринтерпретации сообщения адресатом. Так, использование бытовой и персонифицированной лексики облегчает узнавание ситуации и способствует созданию

эффекта эмпатии. Инклюзивная адресация и сюжетная организация высказывания способствуют ощущению вовлечённости и личной причастности. Прямая номинация проблемы и конфронтационные формулы нарушают привычный способ восприятия и привлекают внимание к сообщению. Интеграция действия в текст упрощает переход от понимания к действию, снижая необходимость дополнительного решения со стороны адресата. Наконец, метафоризация и символизация позволяют передавать сложные смыслы в более сжатой и доступной форме, ускоряя их восприятие, что согласуется с представлениями о роли когнитивной переработки информации в оценке сообщений [23].

Научная новизна исследования заключается в разработке типологической модели языковых приёмов убеждения, в которой данные приёмы описываются как элементы многоуровневой системы, объединяющей языковую форму, коммуникативную стратегию и механизм воздействия. Такой подход позволяет не только систематизировать наблюдаемый материал, но и предложить аналитический инструмент для дальнейшего изучения рекламного и шире – медиадискурса.

Перспективой исследования является сопоставительный анализ текстов социальной рекламы в разных культурных контекстах, который позволит уточнить универсальные и специфические черты организации убеждающего воздействия.

Список источников

1. Аматов А.М. Дискурс социальной рекламы: прагматика прагматизма // Научный результат. Вопросы теории и прикладной лингвистики. 2021. Т. 7. Вып. 1. DOI: 10.18413/2313-8912-2021-7-1-0-1.
2. Давыдкина И.В. Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления. М.: ИНФРА-М, 2023.
3. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5 – 20.
4. Кочетова Л.А. Динамика стратегемно-тактической организации рекламного дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. Вып. 2-3. С. 109 – 115.
5. Кушнерук С.Л. Речевое воздействие и миромоделирование: к вопросу о соотношении позиций в лингвистике // Вестник ЧелГУ. 2025. № 2 (496). С. 54 – 65. DOI: 10.47475/1994-2796-2025-496-2-54-65.
6. Леденева С.Н. Эффективность речевого воздействия рекламы с позиций психолингвистики // Современные тенденции в германском языкознании: особенности вербализации смыслов / под ред. Е.В. Пономаренко. М.: МГИМО, 2017. С. 123 – 153.
7. Леонтьев А.А. Психолингвистика в рекламе // Вопросы психолингвистики. 2006. № 4. С. 7 – 24.
8. Олянич А.В. Рекламный дискурс и его конститутивные признаки // Рекламный дискурс и рекламный текст / под. ред. Т.Н. Колокольцевой. М.: Флинта, Наука, 2011. С. 10 – 37.
9. Паршин П.Б. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М.: ИД Гребенников, 2000. С. 55 – 75.
10. Стернин И.А. Основы речевого воздействия. М., Берлин: Директ-Медиа, 2015. 289 с.
11. Ухова Л.В. Эффективность рекламного текста: синергетический подход // Ярославский педагогический вестник. 2012. № 1. Т. 1. С. 218 – 223.
12. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие, онтология и методология исследования. М.: Флинта. 2014.
13. Deng L. The impact of social media advertising on consumers' purchasing decisions // SHS Web of Conferences. 2025. Vol. 215. Article 01012. DOI: 10.1051/shsconf/202521501012.
14. Fairclough N. Discourse and Social Change. Cambridge: Polity Press, 1995. 259 p.
15. Ham C.-D., Ryu S., Lee J., Chung U.C., Buteau E., Sar S. Intrusive or relevant? Exploring how consumers avoid native Facebook ads through decomposed persuasion knowledge // Journal of Current Issues & Research in Advertising. 2022. Vol. 43. No. 1. P. 68 – 89. DOI: 10.1080/10641734.2021.1950023.
16. Huang T.-L., Chung H.F.L., Chen X. Digital modality richness drives vivid memory experience // Journal of Research in Interactive Marketing. 2023. Vol. 17. No. 6. P. 921 – 939. DOI: 10.1108/JRIM-05-2022-0174.
17. Kaur B., Paul J., Sharma R.R. The virality of advertising content // Journal of Research in Interactive Marketing. 2022. Vol. 17. No. 3. P. 374 – 397. DOI: 10.1108/JRIM-03-2021-0081.
18. Labrecque L.I., Swani K., Stephen A.T. The impact of pronoun choices on consumer engagement actions: Exploring top global brands' social media communications // Psychology & Marketing. 2020. Vol. 37. No. 6. P. 796 – 814. DOI: 10.1002/mar.21337.
19. Lee A.Y., Labroo A. The effect of conceptual and perceptual fluency on brand evaluation // Journal of Marketing Research. 2004. Vol. 41. No. 2. P. 151 – 165. DOI: 10.1509/jmkr.41.2.151.28665.

20. Li Y., Chang Y., Liang Z. Attracting more meaningful interactions: The impact of question and product types on comments on social media advertising // Journal of Business Research. 2022. Vol. 150. P. 89 – 101. DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.05.036.
21. O'Keefe D.J. Persuasion: Theory and Research. 3rd ed. Los Angeles, CA: Sage, 2016.
22. Rajalakshmi D., Thabassum N.F. Social media advertising factors and its impact on consumer purchase decisions // ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts. 2024. Vol. 5. No. 6. P. 411 – 420. DOI: 10.29121/shodhkosh.v5.i6.2024.1784.
23. Reber R., Winkielman P., Schwarz N. Effects of perceptual fluency on affective judgments // Psychological Science. 1998. Vol. 9. No. 1. P. 45 – 48. DOI: 10.1111/1467-9280.00008.
24. Trope Y., Liberman N. Construal-level theory of psychological distance // Psychological Review. 2010. Vol. 117. No. 2. P. 440 – 463. DOI: 10.1037/a0018963.
25. van Dijk T.A. Discourse and Power. London: Palgrave Macmillan, 2008. 308 p.

References

1. Amatov A.M. Discourse of social advertising: the pragmatics of pragmatism. Research Result. Questions of Theory and Applied Linguistics. 2021. Vol. 7. Iss. 1. DOI: 10.18413/2313-8912-2021-7-1-0-1.
2. Davydkina I.V. Social advertising in the system of social communications and social management. Moscow: INFRA-M, 2023.
3. Karasik V.I. On the types of discourse. Linguistic personality: institutional and personal discourse. Volgograd: Peremena, 2000. P. 5 – 20.
4. Kochetova L.A. Dynamics of the strategic-tactical organization of advertising discourse. Philological sciences. Questions of theory and practice. 2013. Iss. 2–3. P. 109 – 115.
5. Kushneruk S.L. Speech influence and world modeling: on the issue of the relationship of positions in linguistics. Bulletin of Chelyabinsk State University. 2025. No. 2 (496). P. 54 – 65. DOI: 10.47475/1994-2796-2025-496-2-54-65.
6. Ledeneva S.N. The effectiveness of speech impact of advertising from the standpoint of psycholinguistics. Modern trends in German linguistics: features of the verbalization of meanings. Edited by E.V. Ponomarenko. Moscow: MGIMO, 2017. P. 123 – 153.
7. Leontyev A.A. Psycholinguistics in advertising. Issues of psycholinguistics. 2006. No. 4. P. 7 – 24.
8. Olyanich A.V. Advertising discourse and its constitutive features. Advertising discourse and advertising text / ed. by T.N. Kolokoltseva. Moscow: Flinta, Nauka, 2011. P. 10 – 37.
9. Parshin P.B. Speech impact: main spheres and varieties. Advertising text: semiotics and linguistics. Moscow: ID Grebennikov, 2000. P. 55 – 75.
10. Sternin I.A. Fundamentals of speech impact. Moscow, Berlin: Direct-Media, 2015. 289 p.
11. Ukhova L.V. Effectiveness of advertising text: synergetic approach. Yaroslavl pedagogical bulletin. 2012. No. 1. Vol. 1. P. 218 – 223.
12. Shelestyuk E.V. Speech Impact, Ontology, and Research Methodology. Moscow: Flinta. 2014.
13. Deng L. The Impact of Social Media Advertising on Consumers' Purchasing Decisions. SHS Web of Conferences. 2025. Vol. 215. Article 01012. DOI: 10.1051/shsconf/202521501012.
14. Fairclough N. Discourse and Social Change. Cambridge: Polity Press, 1995. 259 p.
15. Ham C.-D., Ryu S., Lee J., Chung U.C., Buteau E., Sar S. Intrusive or Relevant? Exploring how con-sumers avoid native Facebook ads through decomposed persuasion knowledge. Journal of Current Issues & Research in Advertising. 2022. Vol. 43. No. 1. P. 68 – 89. DOI: 10.1080/10641734.2021.1950023.
16. Huang T.-L., Chung H.F.L., Chen X. Digital modality richness drives vivid memory experience. Journal of Research in Interactive Marketing. 2023. Vol. 17. No. 6. P. 921 – 939. DOI: 10.1108/JRIM-05-2022-0174.
17. Kaur B., Paul J., Sharma R.R. The virality of advertising content. Journal of Research in Interactive Marketing. 2022. Vol. 17. No. 3. P. 374 – 397. DOI: 10.1108/JRIM-03-2021-0081.
18. Labrecque L.I., Swani K., Stephen A.T. The impact of choices on consumer engagement ac-tions: Exploring top global brands' social media communications. Psychology & Marketing. 2020. Vol. 37.No. 6. P. 796 – 814. DOI: 10.1002/mar.21337.
19. Lee A.Y., Labroo A. The effect of conceptual and perceptual fluency on brand evaluation. Journal of Marketing Research. 2004. Vol. 41. No. 2. P. 151 – 165. DOI: 10.1509/jmkr.41.2.151.28665.
20. Li Y., Chang Y., Liang Z. Attracting more meaningful interactions: The impact of question and prod-uct types on comments on social media advertising. Journal of Business Research. 2022. Vol. 150. P. 89 – 101. DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.05.036.

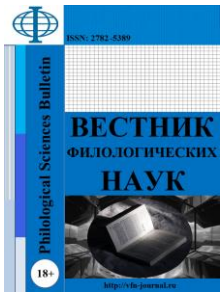
21. O'Keefe D.J. Persuasion: Theory and Research. 3rd ed. Los Angeles, CA: Sage, 2016.
22. Rajalakshmi D., Thabassum N.F. Social media advertising factors and its impact on consumer purchase decisions. ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts. 2024. Vol. 5. No. 6. P. 411 – 420. DOI: 10.29121/shodhkosh.v5.i6.2024.1784.
23. Reber R., Winkielman P., Schwarz N. Effects of perceptual fluency on affective judgments. Psychological Science. 1998. Vol. 9. No. 1. P. 45 – 48. DOI: 10.1111/1467-9280.00008.
24. Trope Y., Liberman N. Construal-level theory of psychological distance. Psychological Review. 2010. Vol. 117. No. 2. P. 440 – 463. DOI: 10.1037/a0018963.
25. van Dijk T.A. Discourse and Power. London: Palgrave Macmillan, 2008. 308 p.

Информация об авторах

Трофимова Н.А., *доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии и перевода ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»*

Фазлиева Д.И., *ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»*

© Трофимова Н.А., Фазлиева Д.И., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.5. Русский язык. Языки народов России (филологические науки)
УДК 81-139
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-257-265

[1] Чан Ваньцзюнь ***[1] Хэйлунцзянский университет науки и технологий***

Разработка упражнений и заданий на развитие лексической компетенции русского языка у китайских студентов на уровне B1 при помощи игровых технологий

Аннотация: *в статье рассматриваются вопросы формирования лексической компетенции у китайских студентов, изучающих русский язык на уровне B1, акцентируя при этом внимание на использование игровых технологий в образовательном процессе. В исследовании подчеркивается, что лексическая компетенция является ключевым компонентом языковой подготовки, который обеспечивает успешную коммуникацию и речевое развитие. Автором были проанализированы теоретические методы и подходы к определению и структуре лексической компетенции, выделены основные проблемы, с которыми китайские студенты могут столкнуться при изучении русского языка. В качестве преимуществ игровых технологий определены: повышение мотивации, активизация мыслительных процессов и развитие коммуникативных навыков и самостоятельности, что делает метод игры востребованным и необходимым для интеграции в процесс обучения инофонов русскому языку на уровне B1.*

В статье предлагается система упражнений и заданий, которые ориентированы на развитие репродуктивных и продуктивных речевых умений, на формирование устойчивых лексических навыков. В качестве вывода автором определено, что введение игровых технологий позволяет не только эффективно усваивать лексику, но и сформировать профессиональную коммуникативную компетентность, что приобретает особую актуальность в условиях изменения высшего образования, повышения его статуса для иностранных студентов и роста требований к качеству их языковой подготовки.

Ключевые слова: *лексическая компетенция, игровые технологии, русский язык, китайские студенты, уровень B1, упражнения и задания, коммуникативные навыки, образовательный процесс, высшее образование, формирование речи*

Для цитирования: Чан Ваньцзюнь. Разработка упражнений и заданий на развитие лексической компетенции русского языка у китайских студентов на уровне B1 при помощи игровых технологий // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 257 – 265. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-257-265

Поступила в редакцию: 21 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Chang Wanjun ***[1] Heilongjiang University of Science and Technology***

Development of exercises and tasks for the development of lexical competence of the Russian language in Chinese students at the B1 level using gaming technologies

Abstract: *this article examines the development of lexical competence in Chinese students studying Russian at the B1 level, focusing on the use of game technologies in the educational process. The study emphasizes that lexical competence is a key component of language training, ensuring successful communication and speech development. The author analyzed theoretical methods and approaches to the definition and structure of lexical competence and identified the main challenges Chinese students may face when learning Russian. The advantages of game technol-*

ogies include increased motivation, activating thought processes, and developing communication skills and independence, making the game method relevant and essential for integrating it into the Russian language learning process for non-native speakers at the B1 level.

The article proposes a system of exercises and tasks aimed at developing reproductive and productive speech skills and fostering stable lexical skills. In conclusion, the author determined that the introduction of gaming technologies allows not only for the effective acquisition of vocabulary, but also for the development of professional communicative competence, which is becoming especially relevant in the context of changes in higher education, the increase in its status for international students, and the growing demands on the quality of their language training.

Keywords: *lexical competence, gaming technologies, Russian language, Chinese students, level B1, exercises and tasks, communication skills, educational process, higher education, speech development*

For citation: Chang Wanjun. Development of exercises and tasks for the development of lexical competence of the Russian language in Chinese students at the B1 level using gaming technologies. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 257 – 265. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-257-265

The article was submitted: April 21, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Актуальность представленной работы состоит в наличии современных требований к качеству языковой подготовки китайских студентов в российских высших учебных заведениях и необходимости поиска эффективных и значимых методов формирования у них лексической компетенции. В условиях глобализации, роста российско-китайских отношений и роста академической мобильности особую важность приобретает русский язык как средство профессиональной коммуникации. Игровые технологии, в свою очередь, выступают в роли инновационного средства, который позволяет не только активизировать познавательную деятельность и обеспечить устойчивое усвоение русского языка, но и повысить мотивацию к этому.

Целью данной работы является теоретическое и практическое обоснование и разработка комплекса упражнений, основанных на игре, позволяющих улучшить развитие лексической компетенции китайских студентов при изучении русского языка на уровне В1. Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи: анализ учебных методических комплексов по формированию лексической компетенции у иностранных студентов; выявление специфики обучения китайских студентов; разработка и апробация системы игровых заданий; выявление их роли в образовательном процессе и оценка эффективности предложенных методических рекомендаций.

В исследовании подчеркивается, что комплексный подход к успешному формированию лексической компетенции с учетом индивидуальных особенностей учащихся позволит сделать процесс обучения более содержательным и последовательным в плане подачи материала. Также игровые технологии помогают решить коммуникативные и воспитательные задачи образования.

Материалы и методы исследований

Теоретическую основу работы составили научные труды отечественных и зарубежных авторов, посвященные анализу игровых технологий в процессе обучения иностранных студентов русскому языку, их влияния на мотивацию и усвоение материала (Булыгина Е.В., Желлали Э.), работы, исследующие методы игры как основу онлайн-уроков русскому языку как иностранному (Анциферова О.В., Мельникова П.Ю.), исследования, рассматривающие эффективность игрового метода не только для детей, но и для взрослых (Сергеева О.Е.), а также учебные пособия и иная литература, посвященные рассматриваемой тематике.

В качестве методов исследования применялись теоретические методы: теоретический анализ и синтез литературы, систематизация знаний и опыта применения игровых технологий в образовательном процессе; эмпирические методы: наблюдение за учебным процессом, эксперимент по апробации разработанных упражнений, анализ его результата; общенаучные методы: сравнение, классификация, количественный и качественный анализ имеющихся данных.

Результаты и обсуждения

В современности в образовательных учреждения высшего образования ведется активная деятельность по внедрению игровых технологий, которые позволяют сделать занятия интереснее и эффективнее, повысить их качество и результативность. Использование подобной методики может помочь накапливать китай-

ским студентам профессиональный опыт и знания, максимально приближенные к реальности, что делает игры одним из ключевых инструментов подготовки будущих специалистов.

Игровые технологии имеют следующие ключевые преимущества:

- высокая эффективность;
- быстрая активизация мыслительных и поведенческих процессов;
- повышение уровня мотивации и заинтересованности студентов;
- развития навыков коммуникации и эффективного взаимодействия в группах;
- повышение уровня самостоятельности студентов;
- высокий уровень эмоциональной вовлеченности;
- творческий характер [2, с. 268].

Игра – это особый вид человеческой деятельности, позволяющий реализовывать воспроизводство и усвоение социального опыта. Исследования в области использования игровой деятельности в рамках психологии и педагогики проводили такие авторы, как П. Блонский, Ж. Пиаже, С. Рубинштейн, К. Ушинский, З. Фрейд, Д. Эльконин и др. Данные ученые изучали место игр в развитии личности, ее психических процессах, а также в социализации человека.

На начальных этапах обучения игровая деятельность выступает способом познания изучаемых явлений, стимулирования творческого восприятия и создания социальных связей. Кроме того, преподаватели используют игры в качестве средства целеобразования [1, с. 432].

Концепция «игровых педагогических технологий» включает в себя разнообразные формы игр, способствующие эффективному обучению и развитию учащихся с познавательной направленностью. Применение игровой формы заданий на занятиях предполагает использование различных игровых методов и ситуаций, способствующих активизации учебной деятельности и развитию учащихся. Функции игры включают в себя социокультурное назначение игры. Игра является эффективным инструментом социализации, позволяющим людям усвоить культурное наследие и ценности, характерные для общества или группы ровесников, и стать полноценными членами коллектива.

Игра позволяет создавать позитивную мотивацию учащегося и стимулировать его желание к занятиям, а также концентрироваться на успехах и меньше внимания обращать на неудачи.

По мнению Г. Селевко, все педагогические игры можно разделить на следующие группы:

- предметные;
- ролевые;
- имитационные;
- сюжетные;
- деловые;
- игры драматизации [6, с. 46].

Также выделяют игры с предметами и без них, настольные, комнатные, уличные, на местности, компьютерные и другие.

Основная задача игровой деятельности – обучить студентов применять теоретические знания на практике. При этом, важную роль играет отношение учащегося к образовательному процессу. Только высокий уровень заинтересованности и постоянные усилия позволят достичь хорошего результата. Студенту необходимо стараться применять полученные знания в профессиональной жизни.

Таким образом, использование игровых форм работы на уроках не только приносит удовольствие, но и способствует поучительным результатам. Игровая деятельность способствует развитию устной речи у учащихся, мотивирует их, способствует формированию жизненной позиции и нравственных качеств. Через использование игровых технологий во время уроков можно корректировать, направлять и оценивать прогресс учащихся [12, с. 7].

Лексическая компетенция является важнейшей составляющей обучения РКИ. При этом, именно овладение ею вызывает наибольшие трудности у студентов, так как подразумевает упорную работу над усвоением лексики. Также преподаватели сталкиваются с трудностями при работе с лексическим материалом. Преподавателем необходимо организовать процесс обучения лексики так, чтобы он был максимально эффективным и давал студентам возможность применять обновленную лексику на практике [10, с. 106].

На сегодняшний день требуют исследований основные подходы к организации языкового образования в условиях развития электронной образовательной среды, использованию информационных технологий. По мнению автора, в отечественной литературе недостаточно внимания уделяется также применению игровых технологий в процессе формирования компетентной языковой личности учащихся. Все это свидетельствует

о необходимости активного научно-методического поиска более действенных путей решения проблем русскоязычного образования [7, с. 103].

На процесс формирования языковой личности значительное влияние имеют индивидуальные знания лексики и умения и использование их в речевой практике. Поэтому важной задачей высшего образования является выработка у учащихся лексической компетентности, которая составляет языковую основу их речевого развития. Общеизвестно, что от владения учеником лексической компетентностью зависит уровень его речевого поведения [5, с. 214].

В этом контексте считаем, что особенность лексической компетентности как личностного сложного образования, сформированного на интеграции ценностного, познавательного и поведенческого компонентов, обуславливается тем, что она позволяет адекватно познавать явления действительности и выполнять мысленно-речевую деятельность, поскольку основывается на свободном владении русским словарным богатством, осознании связи, культурой, бытом, традициями, обычаями русского народа, общечеловеческими ценностями, способности быстро и оригинально подбирать словесные ассоциации для программирования и реализации собственного речевого поведения в коммуникативных ситуациях. Учитывая указанное, лексическая компетентность является показателем и средством многоаспектного личностного развития учащихся [4, с. 85].

Таким образом, можно заключить, что процесс формирования лексической компетенции – это сложное явление, включающее в себя работу на следующими направлениями:

- постоянное пополнение лексического запаса;
- улучшение познавательного и речевого опыта студентов;
- усвоение лексических норм и правил;
- приобретение умения идентифицировать лексические единицы в материале;
- навык быстрого и адекватного подбора вербальных ассоциаций;
- наличие мотивации к изучению языка [3, с. 58].

Естественное личностно значимое любопытство у учащихся вызывает учебно-игровая деятельность. В соответствии с психофизиологическими особенностями современных учащихся младшего подросткового возраста (рассеянное внимание, непоседливость, естественное любопытство, клиповое мышление и др.) эффективными средствами учебной работы над лексикой являются игры-соревнования, игры-конкурсы, игры-викторины, игры-пазлы, игры- (квесты).

В обучении русскому языку учебные пособия могут использоваться для актуализации ассоциативно-вербальной сетки учащихся, для обогащения и закрепления словарного богатства, формирования лингвогнитивного опыта, речевых навыков и коммуникативных умений, что, в свою очередь, обеспечивает развитие лексической компетенции [11, с. 118]. Методически целесообразно построенная и реализованная игра оказывает мощное влияние на когнитивно-коммуникативное овладение языком.

Установлено, что значительный методический потенциал для формирования лексической компетентности имеет интерактивный комплекс компьютерных игр для обучения русскому языку, поскольку содержит интересные для учащихся игровые задачи, а потому повышает мотивацию к учебно-воспитательному процессу, доставляет удовольствие от игрового обучения предмету, обеспечивает обновление учебно-предметной среды, создает возможности для формирования лексической компетентности на основах е-лингводидактики.

Формирование у студентов таких компонентов русскоязычной профессиональной коммуникативной компетентности как: лингвистические (прагматические и организационные) и социолингвистические знания, рецептивная и продуктивные умения и навыки речевой деятельности, коммуникативные стратегии и тактики, обеспечивает успешность выполнения студентами разноплановых учебных заданий условно-коммуникативного характера, в частности понимание студентами содержательной информации устных и письменных аутентичных текстов и актуализацию полученной информации в собственной речи. В свою очередь, успешность овладения русским языком предполагает учет совокупности принципов, которые обеспечат комплексный учет особенностей процесса обучение [Федорова].

В связи с этим, подбор заданий по развитию лексической компетенции на следующих принципах:

- актуальности и релевантности;
- последовательности;
- дозированности учебного материала;
- комплексности;
- активности;
- самосовершенствование.

Навыки, необходимые для восприятия и понимания информации в устной и письменной речи, рассматривают как рецептивные навыки, строящиеся на механизме узнавания, дифференциации, идентификации лексического явления. Для репродуктивной речевой деятельности необходимо формировать автоматизацию навыков вызова необходимой лексической единицы из долговременной памяти, ее правильное воспроизведение, соединение с другими единицами.

Выделяют следующие этапы создания лексической компетенции:

1. Семантизация;
2. Автоматизация на словесном уровне;
3. Автоматизация на текстовом уровне.

На первом этапе человек начинает осознавать значения языковых единиц, овладевает основами содержательной стороны языка. На втором и третьем этапах действия студентов с лексикой приобретают автоматизированный характер на уровне слов и текста соответственно. То, насколько качественно прошел процесс формирования лексической компетенции, можно оценить с помощью системы определенных упражнений.

Упражнения – это неоднократное повторение отдельных операций и действий, цель которого заключается в приобретении навыка или его совершенствовании и которое было организовано в рамках учебного процесса.

Система упражнений должна отвечать следующим требованиям:

- логичность;
- последовательность;
- постепенное увеличение сложности;
- согласованность с другим пройденным материалом.

Для создания эффективной системы упражнений необходимо определить критерии их отбора. В рамках данного исследования нами были учтены такие критерии, как коммуникативный характер упражнений, применение родного языка студентов, место исполнения, направленность на получение и передачу информации.

Рассмотрим процесс подбора лексического материала для упражнений на примере темы «Город. Ориентация в городе» у студентов 1 курса. Данный процесс можно условно разделить на следующие этапы (рис. 1).

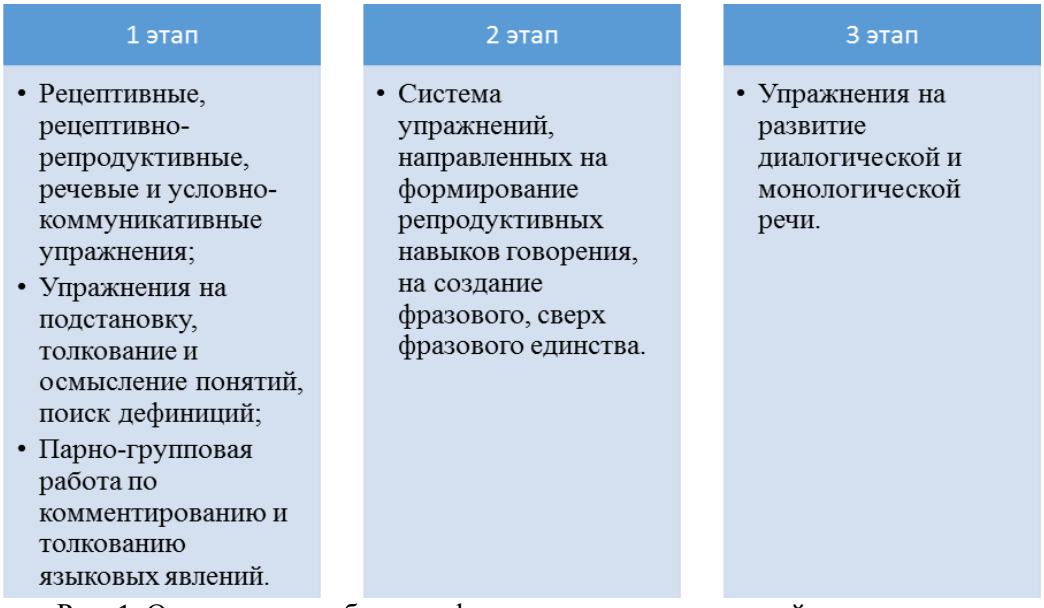


Рис. 1. Организация работы по формированию лексической компетенции.
Fig. 1. Organization of work on the formation of lexical competence.

Таким образом, лексическая компетенция состоит из навыков, знаний и умений, которые позволяют индивиду осуществлять коммуникации. В данном контексте знания связаны с лексическими единицами, словосочетаниями и даже предложениями. Но основа – это навыки, которые рассматриваются как действия с языковым материалом, доведенные до автоматизма в результате упражнения, а умение как способность

осуществлять речевую деятельность в условиях межкультурного иноязычного общения на основе полученных знаний и навыков, полностью сосредотачиваясь на смысле выражения, языковых средствах.

Приведем примеры таких упражнений, которые могут быть использованы по выбору преподавателя в зависимости от потребностей студентов.

Пример 1. Цель: научить студентов заполнять пробелы в предложениях, иллюстрирующих семантику лексических, соответствующими словами.

Инструкция: Введите правильное слово, используя активный словарный запас.

1. Я боюсь, что мы не сможем взглянуть на это … место. У нас есть... много времени.
2. Я с трудом могу поверить, что такая женщина может... заниматься этим бизнесом.
3. Это... здание... посещаемое. Здесь проводили свое время многие выдающиеся люди.
4. Она призналась, что тур... настолько понравился ей, что она этого не сделала... тратить на это так много времени.
5. Старайтесь не... читать лекции. Вы обязательно... это сделаете.

Пример 2. Цель: научить студентов перефразировать, интерпретировать информацию, пользуясь активной лексикой.

Инструкция 1: Перефразируйте следующие предложения, используя активную лексику.

1. Мы не жалели, что посетили это место. Там было на что посмотреть.
2. Я советую вам не пропускать ее лекции. Ты пожалеешь.
3. Хотя они следовали данным указаниям, они боялись проходить мимо этого места.
4. Она не смогла найти в доме хлеба и соли, и ей пришлось пойти в магазин.
5. Во время осмотра города мы случайно встретили группу ветеранов.

Инструкция 2: Докажите, что следующие утверждения истинны или ложны.

Используйте разговорные формулы согласия и несогласия.

1. Отправиться на экскурсию - лучший способ осмотреть город.
2. Нет ничего лучше, чем заниматься городом в одиночку.
3. Не стоит брать гида, так как это очень скучно.
4. Жилые районы не могут произвести впечатление на туристов.
5. Все туристы интересуются древней архитектурой.

Пример 3. Цель: создать языковые ситуации для активизации формирования репродуктивных навыков говорения на основе использования лексических единиц по теме «Ориентирование в городе».

Инструкция 1:

А. Выбери место. Посмотрите на карту и опишите ее местоположение. Пусть другие угадают это место. Используйте предложения из коробки.

<table>
<tr><td rowspan="4">Парк</td><td colspan="2">Супермаркет</td><td>Парковка</td><td colspan="2">Художественная галерея</td><td>Театр</td><td>Автобусная остановка</td></tr>
<tr><td colspan="8">Каштановая улица</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Спортцентр</td><td>Парикмахерский салон</td><td>Кинотеатр</td><td>Отель</td><td>Ресторан</td><td>Полиция</td></tr>
<tr><td>Кафе</td><td>Банк</td><td>Сувенирный магазин</td><td>Универмаг</td><td>Туристическое агентство</td></tr>
<tr><td colspan="8">Тюльпанная улица</td></tr>
<tr><td>Книжный магазин</td><td>Школа</td><td>Библиотека</td><td>Аптека</td><td colspan="2">Медицинский центр</td><td>Музей</td><td>Церковь</td></tr>
</table>

Б. Являются ли утверждения истинными или ложными?

1. Церковь находится напротив книжного магазина.
2. Музей находится на той же улице, что и школа.
3. Ресторан находится напротив театра, рядом со спортивным центром.
4. Полицейский участок находится на углу Сиреневого переулка.

В. Есть ли у вас в городе такие заведения? Где они? Інструкція 2:

А.Прочитайте инструкции, данные прохожим, и следуйте его указаниям на карте. Назовите пункт назначения.

Хорошо. Вот мы и на автобусной станции. Идите прямо до светофора, пересеките улицу и сделайте первый поворот налево, пройдите мимо отеля и магазина подарков и сувениров и сделайте первый поворот направо. Это рядом с банком, напротив библиотеки.

В. Работайте в парах. Вы находитесь на автобусной станции.

Студент А: Выберите место, куда вы хотите пойти. Спросите дорогу у студента Б.

Студент Б: Посмотрите на карту и дайте направление студенту А.

Модель:

Извините,	где... можете / не могли бы вы сказать мне дорогу к ... как мне добраться до ...	пожалуйста?

С. Работайте в парах. " автобусное сообщение".

Студент А: Выберите место, куда вы хотите пойти. Спросите дорогу у студента Б. Студент Б: Дайте указания студенту А.

Инструкция 3:

А. Описывают ли эти слова городскую жизнь или сельскую? Заполните таблицу.

многоквартирный дом, небоскреб, магистраль, проспект, переулок, часы пик, музей, выставка, парк отдыха, тематический парк, автостоянка, пробка, горожанин, пригородный житель, дорожный дым, экологически чистый, центр города, свежий воздух, холм, метро, коттедж, смог, сарай, преступность, шум, насилие, офисы.

	городская жизнь	деревенская жизнь
Здания		
Транспорт		
Развлечение		
Особенности		

В. Используя идеи из диаграммы, расскажите об особенностях городской/сельской жизни.

Расположите строки диалога в правильном порядке.

– Лично я действительно наслаждаюсь своей частной жизнью, так как не хотел бы, чтобы кто-то вмешивался в мои собственные дела.

– О чем ты говоришь! Можно до смерти заскучать, когда ничего не происходит из недели в неделю. Город - это другое дело, вы всегда можете развлечь себя: сходить на дискотеку или в кино, посетить музеи или галереи, заняться любым видом спорта или чем угодно еще!

– Не говори, что ты провел две недели у черта на куличках, не видя ничего и никого…

Инструкция 5: Какие преимущества и недостатки жизни в городе/деревне упоминаются в диалоге? Разложите их в две колонки.

Формирование лексической компетенции завершается коммуникативными упражнениями, при выполнении которых студенты должны решить коммуникативную задачу, предусматривающую развитие умений диалогической и монологической речи.

Пример 4. Цель: развивать умение говорить по теме «Город».

Инструкция 1: Работайте в парах. Расскажите о следующих преимуществах и недостатках. Решите, к какому столбцу они принадлежат.

Модель: Я уверена, вы согласитесь со мной, что развлечения - это преимущество жизни в городе, поскольку они дают возможность насладиться просмотром фильма или мероприятия, заняться чем-то другим.

Инструкция 2: Два человека разговаривают на улице. Один из них хочет найти дорогу к нужному ему месту (площади, местному музею, рынку, ближайшей аптеке и т.д.).

Инструкция 3: Два человека управляют городом. Они делятся своими впечатлениями.

Инструкция 4: Ваш друг приглашает вас провести выходные в ее/его родном месте. Выясните, почему это стоит делать.

Инструкция 5: Напишите письмо своему другу, в котором пригласите его / ее в ваш родной город и дайте подробную инструкцию, как добраться до вашего дома.

Активизация формирования лексической компетенции происходит при выполнении студентами большого количества лексически направленных упражнений, на ее постоянное использование и систематизацию [8, с. 77]. В статье представлена лишь часть упражнений, направленных на развитие, главным образом, репродуктивных навыков говорения.

Итак, исследованы особенности и этапы формирования лексической компетенции, составлены упражнения по теме «Город. Ориентировка в городе».

Выводы

Таким образом, формирование лексической компетенции у китайских студентов при изучении русского языка на уровне В1 является многоаспектной и комплексной задачей, требующей интеграции новых современных и актуальных технологий и методик. Игровые средства доказали свою эффективность тем, что они способствуют развитию не только рецептивных, но и продуктивных речевых навыков, формируют умение пользоваться и применять лексические единицы в различных коммуникативных ситуациях.

На начальных этапах обучения игровая деятельность выступает способом познания изучаемых явлений, стимулирования творческого восприятия и создания социальных связей. Кроме того, преподаватели используют игры в качестве средства целеобразования.

Доказано, что работа с использованием игровых технологий не только увеличивает интерес студентов, но и максимально способствует повышению качества их обучения. Также внедрение данной методики способствует повышению мотивации китайских студентов к изучению русского языка как иностранного, расширению лексической и коммуникативной компетенции, в том числе профессиональной, и успешной социализации обучающихся. Поэтому игровые технологии в нынешних условиях становятся важной частью образовательного процесса, обеспечивая ему достойное качество.

Список источников

1. Анциферова О.В., Мельникова П.Ю. Игровые технологии как основа онлайн-урока по РКИ // Язык, культура, менталитет: проблемы изучения в иностранной аудитории: сборник научных статей участников XIX Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 21–23 апреля 2021 года. Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2021. С. 431 – 435.

2. Булыгина Е.В., Желлали Э. Игровые технологии на занятиях по РКИ // Русское культурное пространство: язык-ментальность-понимание: сборник материалов XX Международной научно-практической конференции. Москва, 18–19 апреля 2019 года. Москва: ООО "МАКС Пресс", 2020. С. 267 – 271.

3. Изаренков Д.И. Базисные составляющие коммуникативной компетенции и их формирование на продвинутом этапе обучения студентов-нефилологов // Русский язык за рубежом. № 4. 1990. С. 54 – 60.

4. Икрамов Ш.Э., Саидхонов Н. Формирование лексической компетенции как части коммуникативной // Интернаука. 2021. № 47-1 (223). С. 85 – 86.

5. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. М.: Просвещение, 1969. 214 с.

6. Селевко Г.К. Энциклопедия образовательных технологий. М.: НИИ школьных технологий. 2006. Т. 1. 816 с.

7. Сергеева О.Е. Лингводидактические основы коммуникативно-игрового метода обучения русскому языку как иностранному детей дошкольного возраста: дис. ... док. пед. наук: 13.00.02. Москва, 2004. С. 103.

8. Сухарева Т.Н., Кулажников И.А. К вопросу о роли лексической компетенции в формировании иноязычной коммуникативной компетенции // Наука и Образование. 2022. Т. 5. № 2. С. 74 – 79.

9. Фёдорова О.В. Условия формирования коммуникативной компетенции студентов неязыковых вузов: автореф. дис…канд. пед. наук. Саратов, 2003. 23 с.

10. Шмакова Н.В. Формирование лексической компетенции как составной части коммуникативной компетенции студентов неязыковых вузов // Проблемы развития науки и образования: теория и практика: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 3 частях. Москва, 31 августа 2015 года / ООО "АР-Консалт". Часть I. Москва: Общество с ограниченной ответственностью "АР-Консалт", 2015. С. 105 – 107.

11. Щербакова И.В. Развитие лексической стороны речи и коммуникативной компетенции. Москва; Берлин: ООО "Директмедиа Паблишинг", 2020. 118 с.

12. Яралиева Р.А. Игра как способ повышения речевой компетенции на занятиях по РКИ // Студенческий. 2021. № 23-3 (151). С. 6 – 8.

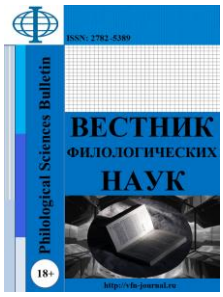
References

1. Antsiferova O.V., Melnikova P.Yu. Gaming technologies as the basis for an online lesson in Russian as a foreign language. Language, culture, mentality: problems of study in a foreign audience: a collection of scientific articles by participants of the XIX International scientific and practical conference. St. Petersburg, April 21-23, 2021. St. Petersburg: A.I. Herzen State Pedagogical University of Russia, 2021. P. 431 – 435.
2. Bulygina E.V., Zhellali E. Gaming technologies in Russian as a foreign language classes. Russian cultural space: language-mentality-understanding: a collection of materials from the XX International scientific and practical conference. Moscow, April 18–19, 2019. Moscow: OOO "MAX Press", 2020. P. 267 – 271.
3. Izarenkov D.I. Basic Components of Communicative Competence and Their Development at the Advanced Stage of Training of Non-Philology Students. Russian Language Abroad. No. 4. 1990. P. 54 – 60.
4. Ikramov Sh.E., Saidkhonov N. Development of Lexical Competence as Part of Communicative Competency. Internauka. 2021. No. 47-1 (223). P. 85 – 86.
5. Leontiev A.A. Language, Speech, Speech Activity. Moscow: Prosveshchenie, 1969. 214 p.
6. Selevko G.K. Encyclopedia of Educational Technologies. Moscow: Research Institute of School Technologies. 2006. Vol. 1. 816 p.
7. Sergeeva O.E. Lingvodidactic Foundations of the Communicative-Game Method of Teaching Russian as a Foreign Language to Preschool Children: Diss. ... Doctor of Pedagogical Sciences: 13.00.02. Moscow, 2004. 103 p.
8. Sukhareva T.N., Kulazhnikov I.A. On the Role of Lexical Competence in the Formation of Foreign-Language Communicative Competence. Science and Education. 2022. Vol. 5. No. 2. P. 74 – 79.
9. Fedorova O.V. Conditions for the Formation of Communicative Competence of Students of Non-Linguistic Universities: Abstract of Cand. Sci. (Pedagogical Sciences) Dissertation. Saratov, 2003. 23 p.
10. Shmakova N.V. Formation of Lexical Competence as an Integral Part of Communicative Competence of Students of Non-Linguistic Universities. Problems of Development of Science and Education: Theory and Practice: Collection of Scientific Papers Based on the Materials of the International Scientific and Practical Conference: in 3 Parts. Moscow, August 31, 2015. AR-Consult LLC. Part I. Moscow: AR-Consult Limited Liability Company, 2015. P. 105 – 107.
11. Shcherbakova I.V. Development of the Lexical Aspect of Speech and Communicative Competence. Moscow; Berlin: Directmedia Publishing LLC, 2020. 118 p.
12. Yaralieva R.A. Play as a Way to Improve Speech Competence in Russian Language Classes. Student. 2021. No. 23-3 (151). P. 6 – 8.

Информация об авторах

Чан Ваньцзюнь, *кандидат филологических наук, старший преподаватель, Хэйлунцзянский университет науки и технологий, puxijin001@mail.ru*

© Чан Ваньцзюнь, 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 81'42:81'37
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-266-272

[1] Чжан Юйин ***[1] Московский государственный лингвистический университет***

Эпистемическое позиционирование в русских приметах

Аннотация: *в статье с позиций социокогнитивного подхода к проблеме позиционирования изучаются особенности эпистемических фреймов в русских бытовых приметах. Цель исследования заключается в выявлении структуры фреймов и определении объектов эпистемического позиционирования в их составе. Материалом послужил корпус, включающий 500 примет. В ходе анализа установлено, что приметы структурируются в виде ограниченного набора типовых фреймов, среди которых выделяются фреймы условия, последствия, объяснения, предписания и исправления. Показано, что различия между ними проявляются не только на уровне содержания, но и в особенностях их формальной реализации, включая компонентный состав и линейную организацию семантических ролей. Особое внимание уделяется выявлению объектов позиционирования, которые варьируются в зависимости от типа фрейма и задают интерпретационную перспективу высказывания. Полученные результаты позволяют уточнить роль эпистемического компонента в структуре примет и демонстрируют продуктивность изучения феномена позиционирования с привлечением фреймового анализа. Практическая значимость исследования связана с возможностью применения его результатов в лексикографическом описании примет в разных языках и культурах.*

Ключевые слова: *эпистемическое позиционирование, фреймовая семантика, фреймовый анализ, русская примета, семантические роли, объект позиционирования*

Для цитирования: Чжан Юйин. Эпистемическое позиционирование в русских приметах // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 266 – 272. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-266-272

Поступила в редакцию: 22 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Zhang Yuying ***[1] Moscow State Linguistic University***

Epistemic stance in Russian omens

Abstract: *this article establishes the structure of epistemic frames represented in Russian omens from the perspective of the socio-cognitive approach to stance. The aim of the study is to identify the principles underlying the organization of such frames and to determine the objects of epistemic positioning within them. The empirical material consists of a corpus of 500 omens. The analysis shows that omens are organized into a limited set of recurrent frame types, including condition, consequence, explanation, prescription, and correction. The results show that the differences between these types are manifested not only in their epistemic content but also in their semantic realization, including the component structure and the linear arrangement of semantic roles. Particular attention is paid to the identification of stance objects, which vary depending on the frame type and utterance interpretation. The findings contribute to deeper understanding of the epistemic component in omen structure and demonstrate the potential of integrating stance theory with frame semantics. The practical significance of the study lies in the applicability of its results in omen lexicography.*

Keywords: *epistemic stance, frame semantics, frame analysis, Russian omens, semantic roles, object of stance*

For citation: Zhang Yuying. Epistemic stance in Russian omens. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 266 – 272. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-266-272

The article was submitted: April 22, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Исследование посвящено изучению особенностей эпистемического позиционирования в бытовых приметах в русской лингвокультуре. Приметы, которые возникают как результат наблюдений человека за различными явлениями жизни и становятся элементом народного сознания и народной культуры, занимают важное место в языковой системе [10, с. 966]. В современной лингвистике приметы изучаются как лингвистические единицы, отражающие культурные ценности и языковое сознание, являясь частью паремиологической и наивной картины мира. Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения бытовых примет в социокогнитивном аспекте, прежде всего с учетом эпистемического позиционирования в конструировании наивной картины мира.

Цель исследования заключается в определении структуры эпистемических фреймов бытовых примет и объектов эпистемического позиционирования в них в русской лингвокультуре. Объектом исследования являются простые предложения в составе сложного синтаксического целого в бытовой примете в русской лингвокультуре. Предметом исследования становятся типы и модели эпистемических фреймов бытовых примет; объекты эпистемического позиционирования в бытовых приметах.

В данной работе решаются следующие задачи: 1) сформировать репрезентативный корпус бытовых примет (по 500 ед.) на русском языке; 2) установить типы эпистемических фреймов бытовых примет; 3) выявить семантические роли лексических единиц и выражений в составе фреймов; 4) установить основные модели эпистемических фреймов; 5) определить объекты эпистемического позиционирования в бытовых приметах.

Проблематика позиционирования в современной лингвистике формируется на пересечении исследований дискурса, когнитивной семантики и прагматики. Если ранние подходы ограничивались описанием языковых средств выражения субъективности, то в более поздних работах внимание переносится на процессы конструирования знания в коммуникации. Тем самым позиционирование рассматривается как способ организации высказывания в пространстве взаимодействия [17, 16]. С данной точки зрения показательна модель, предложенная Дж. Дю Буа, в которой позиционирование описывается через соотнесение субъекта, объекта и адресата [15]. Важно, что эти компоненты образуют не линейную последовательность, а единую конфигурацию. Оценка объекта, в свою очередь, предполагает определённую степень согласования с адресатом, что придаёт высказыванию интерсубъективный характер. Таким образом, акт позиционирования изначально включён в динамику дискурсивного взаимодействия. В рамках данной модели особую значимость приобретает эпистемическое измерение, поскольку именно оно определяет отношение говорящего к знанию. Это отношение проявляется различными способами – от прямого выражения уверенности до косвенных указаний на основания высказывания [13]. В результате формируется сложная система средств, в которой грамматические и лексические элементы функционируют совместно.

Существенным представляется и тот факт, что эпистемическая характеристика высказывания не является неизменной, а варьируется в зависимости от коммуникативного контекста высказываний [12]. Более того, как показывают исследования дискурсивного взаимодействия, особенности эпистемического позиционирования обусловлены типом дискурса [14]. Следовательно, эпистемическое позиционирование функционирует не изолированно, а в системе дискурсивных отношений. Обращение к устойчивым высказываниям, например, к приметам, представляющим собой один из форматов прогностического дискурса, позволяет выявить специфические формы реализации эпистемического позиционирования. Бытовые приметы представляют в этом отношении особый интерес, поскольку в них знание закрепляется в обобщённой форме и воспроизводится как социально значимое. По мнению В.И. Карасика, с позиций дискурсологии приметы как формат прогностического дискурса предполагают, как рациональное планирование событий, так и их мистическое осмысление [1, с. 41]. Как отмечается в работах, посвящённых синтаксису и прагматике примет, их структура характеризуется устойчивыми моделями, сочетающими причинно-следственные отношения и предписывающую функцию [8]. При этом источник знания в приметах, как правило, не эксплицируется, что создает эффект его объективности, несмотря на потенциально вероятностный характер самих утверждений.

Для описания структуры эпистемического знания в приметах в настоящей работе используется метод фреймовой семантики, в рамках которого значение интерпретируется через типовую ситуацию, представленную в виде фрейма [9], который включает набор участников и отношений между ними, представленные в виде семантических ролей. Существенным является то, что фрейм задаёт не только перечень элементов, но и их конфигурацию. Благодаря этому анализ семантических ролей позволяет выявлять инвариантные модели, лежащие в основе различных эпистемических фреймов примет. В отечественной традиции подобный подход получил развитие в работах по фреймовому анализу речевых актов, где фрейм рассматривается как структурный принцип организации высказывания [7]. Дополнительные возможности анализа открываются при обращении к корпусным данным. В частности, в системе FrameBank фреймы реконструируются через лексические конструкции и набор семантических ролей [5]. Каждая конструкция описывается как структура с фиксированным набором участников, которым приписываются определённые функции (Агенс, Пациенс, Экспериенцер и др.). При этом важна не только сама роль, но и её место в системе, поскольку именно через соотношение ролей формируется структура ситуации. Семантические роли как элементы фрейма образуют систему взаимосвязей, где каждая роль определяется через её отношение к другим. Это позволяет учитывать не только состав участников, но и принципы организации фрейма в целом.

Соединение фреймового подхода и теории позиционирования показывает, что они затрагивают различные, но взаимосвязанные уровни анализа. Фрейм задаёт структуру описываемой ситуации, тогда как эпистемический компонент определяет способ её интерпретации. Иначе говоря, речь идёт о соотнесении пропозиционального и модального аспектов высказывания. Именно такое сочетание оказывается продуктивным при анализе устойчивых высказываний. Бытовые приметы демонстрируют, что за внешне простой причинно-следственной схемой скрывается более сложная организация эпистемического знания, которая не всегда выражена эксплицитно, однако системно воспроизводится и влияет на интерпретацию высказывания.

Материалы и методы исследований

Материал исследования составил корпус из 500 русских примет, отобранных на основе словарных источников: «Многоязычный словарь суеверий и примет» и «Книга примет и суеверий» [6, 4].

Методологическую основу исследования составляют: теория позиционирования, фреймовый анализ и количественный анализ. В качестве вспомогательных используются методы параметрической разметки примет по типу эпистемических фреймов, составу семантических ролей и типам объектом позиционирования, а также метод статистического анализа.

Результаты и обсуждения

Вслед за В.И. Карасиком [1] мы рассматриваем структуру бытовых примет как описываемую пятью эпистемическими фреймами – условие (действие), последствие, объяснение, предписание, исправление. Фрейм условия проявляется в таких приметах, как «*Если в кругу друзей пересеклись рукопожатия – к скорой свадьбе*», «*Если чихнул – к деньгам*» или «*Если свистеть в доме – денег не будет*». Хотя в данном типе фрейма условие может выражаться без эксплицитных языковых маркеров (например, в «*Бородавка на лице принесёт разочарование в любви*»), в большинстве случаев используются союзы *если, коли, когда*, *в случае*. Опираясь на эти языковые показатели, данный компонент правомерно интерпретировать как отправную точку причинно-следственного отношения в примете. Фрейм последствия иллюстрируется, к примеру, во второй части примет «*Нельзя дарить ножи – к ссоре*», «*Садиться на угол стола – к одиночеству*», «*Посуда разбивается на множество осколков – к счастливой старости*», «*Если муж и жена едят с одной ложки, то они будут недовольны друг другом*». Языковые маркеры этого фрейма разнообразны: предлог *к* (с дательным падежом, указывающий на результат), союзы *иначе, то, тогда*, а также глагольные формы со значением предопределённости (*принесёт, сулит, грозит*) и пояснения в *значит*. Фрейм объяснения встречается, как правило, в развёрнутых приметах, содержащих мотивировку причинно-следственной связи, как в «*Черные тараканы – признаки богатства и изобилия, поэтому при новоселье их переносят в новый дом; их исчезновение предвещает пожар*», «*Жемчуг приносит слёзы. Чтобы этого избежать, жемчужные украшения следует носить парами*», «*Пролить молоко – к неприятностям, ведь молоко в таком же почёте, как и хлеб*», «*Нельзя убивать шмеля, он приносит хорошие новости*» и др. Для этого типа фрейма характерны маркеры каузации и обоснования: *потому, поэтому, ведь, ибо, так как, согласно поверью, символизирует, означает*. Фрейм объяснения часто опирается на мифологические или бытовые представления носителей языка. Фрейм предписания реализует прямой запрет или совет. В материале он представлен широко: «*Нельзя спать ногами к двери – так выносят из дома покойника*», «*Не стучите по дереву*», «*Надо закрывать книгу, когда садитесь есть, иначе память будет потеряна*», «*Упавшую ресничку нужно положить за пазуху – это к подарку*», «*Невеста не должна сама себе платье шить*» и т.д. Языковые маркеры

этого фрейма – модальные глаголы и предикативы: *нельзя, не надо, не должен, не следует, не рекомендуется*, а с положительной стороны – *надо, нужно, следует, должен, положено, лучше, можно (в ограничительном значении)*. Эти маркеры отделяют предписательные приметы от описательных. Фрейм исправления – наименее частотный в корпусе, но его существование подтверждается рядом примеров. В частности, после запрета отказывать беременной женщине указано: «*Если дотронуться до глаза 9 раз золотым кольцом – ячмень исчезнет*». В примете о переступании через ребёнка даётся такое исправление: «*Если случилось – переступите назад*». При передаче булавки рекомендуется следующее: «*а уж если нельзя обойтись, то сперва надо уколоть в руку тому, кому давать приходится*». Языковыми маркерами исправления служат условные конструкции с *если… то*, а также слова *нужно, следует, можно, только если*, указывающие на способ нейтрализации негативного последствия. Исправительный компонент всегда постпозитивен по отношению к основному предписанию или условию и направлен на восстановление ситуации.

Как показал анализ, наиболее частотными являются фреймы условия (325), последствия (489) и предписания (183); а фреймы объяснения (15) и исправления (11) факультативны. Анализ семантических ролей выполнен с опорой на типологию, предложенную в системе Фреймбанк [2, 5]. Согласно данной типологии, выделяются такие базовые семантические роли, как Агенс, Пациенс, Экспериенцер, а также роли обстоятельственного характера (Время, Место, Параметр, Цель, Инструмент и др.). Установление моделей каждого типа фреймов, а также частотных семантических ролей проведено с опорой на методику, предложенную в [3]. Представим результаты для основных типов фреймов.

Фрейм условия в русских приметах обнаруживает системные структурные модели. Наиболее частотной моделью является «действие с объектом», которая зафиксирована в 89 случае. Данная модель акцентирует само действие и затронутый им объект, оставляя невыраженными участника и обстоятельства, как в *разбить зеркало, локоть чешется, потерять обручальное кольцо, прикусить язык* и т.д. Отмечено 8 случаев, когда пациенс выступает единственной семантической ролью, например: «*Если нож упадет*». Второй по частотности выступает модель «действие с объектом в определённом месте», выявленная в 46 случаях. Здесь ключевую роль играет пространственный параметр: *бородавка на лице, прыщ на носу, подкова над дверью, много родинок на теле*. Третью по частотности группу образуют модели с темпоральным компонентом – модель «действие с объектом в определённое время», котороая представлена 27 примерами, среди которых: *обрезать ногти в воскресенье, перед отъездом вымыть прихожую, переезжать на новую квартиру в среду*. Отдельно стоит отметить модель «действие агенса с объектом», которая встречается в 22 случаях, эксплицируя субъект действия: *если мыши попортят товар, если человек режет хлеб неровно, женщина с пустыми вёдрами перешла дорогу, кто ласточку убьёт*. Таким образом, фрейм условия в приметах тяготеет к объектно-ориентированным конструкциям, при этом локативные и темпоральные уточнения, а также агенс, могут факультативно добавляться.

Для фрейма последствия в русских приметах наиболее частотными семантическими моделями стали: 1) «привести к какому-либо результату» (138 случаев), что указывает результаты действия, она представлена преимущественно с предлогом *к* + дат. п., реже – инфинитивом или предлогом *на*, как в *к скорой свадьбе, к деньгам, к разлуке, к худу, к войне, к богатству, к вестям, к расставанию, на счастье*; 2) «действие с объектом» (87 случаев), например, *память будет потеряна, богатство расходится*; 3) локативная модель «находиться в каком состоянии / пребывание в некотором месте» (54 случая), где пространственный параметр становится центральным: *останется в девках, беда на носу висит, смерть на вороту носить, богатство разойдётся по углам, на чужой постели спать* и т.д.; 4) «состояние, оцениваемое положительно или отрицательно» (47 случаев), например, *счастливый, богатый, удачливый, неспокойный*; 5) «временная обусловленность последствия» (22 случая), в которых проявляется темпоральный параметр: *всю жизнь маяться, никогда не поженятся, в течение года не будет болеть, рано овдовеет*. Активный субъект появляется в модели «испытание состояния агенсом» (38 случаев), как в *человеку предстоит опечалиться, тому не выжить, ему будут сниться кошмары*, и «действие агенса с объектом» (29 случаев), как в *муж её бросит, мыши погрызут одежду*. Таким образом, фрейм последствия конструируется с доминированием результата и объектно-ориентированного характера модели; указание на место, время, экспериенцера или агенса является факультативным, но регулярно встречающимся расширением. Оценка последствия в подавляющем большинстве случаев отрицательная, однако встречаются и позитивные исходы.

Наиболее частотной моделью фрейма предписания является модель «запрет / совет на действие с объектом в определенном месте». Здесь к пациенсу добавляется локативный компонент, конкретизирующий, где именно должно или не должно совершаться какое-то действие, как в *не кладите деньги на стол, держи кукиш в кармане, не ставьте зеркало перед кроватью, не убивайте бабочек, залетевших в дом*. Вторую по частотности группу образует модель «запрет / совет на действие с объектом на некотором промежутке вре-

мени», выявленная в 20 примерах. Такая модель указывает на то, когда предписание актуально, например, *не мойте голову перед экзаменом, в понедельник деньги не выдавай, по пятницам не следует расчесывать волосы, в новолунье дерево не рубят.* Столько же (20 случаев) насчитывает модель «запрет / совет на действие с объектом», содержащая только пациенс без каких-либо обстоятельственных уточнений, например, *не выбрасывайте хлеб, нельзя дарить ножи, заведите трёхцветную кошку, избегай числа 13*. Отдельного внимания заслуживает модель с агенсом – запрет / совет агенсу на действие (18 случаев), например: *жених не должен видеть невесту в свадебном наряде до бракосочетания, невеста не должна надевать на свадьбу жемчужные бусы, беременные должны носить украшения из малахита, студент должен войти в аудиторию с левой ноги*. Таким образом, фрейм предписания в русских приметах демонстрирует тяготение к объектно-центричным конструкциям, при этом локативные и темпоральные уточнения, а также агенс могут факультативно добавляться. Следует подчеркнуть, что семантическая организация эпистемических фреймов в русских приметах подчинена принципу функциональной экономии: ядерные фреймы реализуются через ограниченный набор высокочастотных моделей, в то время как периферийные фреймы – объяснение и исправление – обнаруживают значительно большую структурную вариативность.

Рассмотрим основные типы объектов эпистемического позиционирования. В фрейме условия роль объекта играют преимущественно сферы знания, связанные с физиологическими ощущениями и частями тела человека (*зуд, звон в ушах, икота, чихание, правый глаз, нос, рука, нога, локоть, язык, волосы*); с рутинными действиями с бытовыми предметами (*разбитое зеркало, упавший нож, рассыпанная соль, пустое ведро на пути, стол, угол стола,ключи*); с взаимодействием человека с животными (*сорока, сова, ворон, голубь, белка, волки*); с природными предметами и явлениями (*гром, дождь, луна, солнце, радуга*). Отдельно выделяются социальные и обрядовые контексты (*рукопожатие через стол, встреча со священником, положение плода у беременной, венчание, обручальное кольцо*). Для фрейма последствия частотными являются следующие объекты позиционирования: финансово-экономические понятия (*деньги, богатство, прибыль, долг, наследство, нужда, бедность*), события в сфере семейных и социальных отношений (*ссора, разлука, расставания, измена, вдовство, развод, одиночество*), физиологические и медицинские состояния (*болезни, слеза, головной боли*), а также эмоционально-оценочные состояния (*счастье, удача, радость, несчастье, печаль, неожиданность, неприятность, беда*).

Для фрейма предписания частотными являются следующие объекты позиционирования: социальные и семейные роли (*невеста, беременная, гость, студент*); бытовые предметы, например, предметы домашнего обихода и одежды (*книга, шляпа, веник, кровать, стол, шкаф, сапоги, колыбель, пеленки*), продукты питания и утварь (*хлеб, соль, вино, молоко, бокал, бутылка, блины*); свадебные и реалии и реалии, связанные с родовспоможением (*фата, свадебное платье, пуповина, приданое*), защитные и магические объекты (*булавка, аметист, ладан, гранат, магнит, неразменный рубль, колокол*), а также части тела и гигиенические действия (*волосы, ногти, лицо, руки, ноги, уши, расчесывание, мытьё*). Таким образом, в русских приметах эпистемическое позиционирование отражает определенные сферы быта, телесности человека, природного окружения, семейной сферы и сферы социальных ритуалов, что демонстрирует архаичную логику причинно-следственных связей, основанную на метонимии и символическом подобии.

Выводы

В ходе исследования специфики эпистемического позиционирования и анализа пяти базовых фреймов русских примет сквозь призму семантических ролей было установлено, что данные паремии представляют собой сложные когнитивные матрицы, где эмпирический опыт, предписывающие нормы и ценностные ориентиры функционируют как взаимосвязанные компоненты. Подобная организация обеспечивает устойчивость интерпретационных схем и способствует транслированию коллективно закреплённых представлений о вероятностных исходах событий. Перспективным представляется дальнейшее сопоставительное исследование, направленное на выявление сходства и различия эпистемического позиционирования примет в различных лингвокультурах.

Список источников

1. Карасик В.И. Речежанровые характеристики бытовых примет // Жанры речи. 2025. Т. 2. № 1. С. 41 – 50.
2. Кашкин Е.В., Ляшевская О.Н. Семантические роли и сеть конструкций в системе FrameBank // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. 2013. Вып. 12 (19). С. 325 – 343.
3. Киосе М.И., Чулкова Е.Д. Прагматика времени и пространства в художественной модификации исторических событий // Критика и семиотика. 2025. Вып. 1. С. 125 – 144.
4. Книга примет и суеверий / сост. Мудрова И.А. М.: Центрполиграф, 2010. 476 с.

5. Ляшевская О.Н., Кашкин Е.В. Типы информации о лексических конструкциях в системе ФреймБанк // Труды Института русского языка им. В.В. Виноградова. 2015. № 6. С. 464 – 556.

6. Многоязычный словарь суеверий и примет / под ред. Д. Пуччо. М.: Флинта, 2013. 384 с.

7. Никонова Ж.В. Фреймовый анализ речевых актов (на материале современного немецкого языка): автореф. дис. … док. филол. наук. Тамбов, 2009.

8. Фаттахова Н.Н., Кулькова М.А. Народные приметы: синтаксис и прагматика (на материале русского, татарского и немецкого языков). М.: ФЛИНТА: Наука, 2020. 255 с.

9. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. С. 52 – 92.

10. Чжан Юйин. Бытовые приметы как фрагмент национальной картины мира // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XXVI Кирилло-Мефодиевские чтения (22 мая 2025 г.): материалы Международной научно-практической конференции / гл. ред. В.И. Карасик. М.: Гос ИРЯ им. А.С. Пушкина, 2025. С. 966 – 969.

11. Чжан Юйин. Эпистемическое позиционирование в китайских приметах // Когнитивные исследования языка. 2026. Вып. 1 (66). С. 121 – 124.

12. Bongelli R., Riccioni I., Vincze L., Zuczkowski A. Questions and Epistemic Stance: Some Examples from Italian Conversations. Ampersand. 2018. Vol. 5. P. 29 – 44.

13. Conrad S., Biber D. Adverbial Marking of Stance in Speech and Writing. In: Hunston S., Thompson G. (eds.). Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse. Oxford: Oxford University Press, 2000. P. 56 – 73.

14. Cuenca M.-J. Disagreement, Epistemic Stance and Contrastive Marking in Catalan Parliamentary Debate. Journal of Pragmatics. 2023. Vol. 203. P. 1 – 13.

15. Du Bois J.W. The Stance Triangle. In: Englebretson R. (ed.). Stancetaking in Discourse: Subjectivity, Evaluation, Interaction. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2007. P. 139 – 182.

16. Ionescu-Ruxăndoiu L., Constantinescu M.-V., Stoica G., Hartular Ș. (eds.). Attitude and Stance in Discourse. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2022. 274 p.

17. Ochs E. Constructing Social Identity: A Language Socialization Perspective. Research on Language and Social Interaction. 1993. Vol. 26. No. 3. P. 287 – 306.

References

1. Karasik V.I. Speech genre characteristics of everyday signs. Speech genres. 2025. Vol. 2. No. 1. P. 41 – 50.

2. Kashkin E.V., Lyashevskaya O.N. Semantic roles and the network of constructions in the FrameBank system. Computational linguistics and intelligent technologies. 2013. Issue 12 (19). P. 325 – 343.

3. Kiose M.I., Chulkova E.D. Pragmatics of time and space in the artistic modification of historical events. Criticism and semiotics. 2025. Iss. 1. P. 125 – 144.

4. The book of signs and superstitions. Compiled by Mudrova I.A. Moscow: Centerpoligraf, 2010. 476 p.

5. Lyashevskaya O.N., Kashkin E.V. Types of information on lexical constructions in the Frame-Bank system. Transactions of the V.V. Vinogradov Russian Language Institute. 2015. No. 6. P. 464 – 556.

6. Multilingual dictionary of superstitions and signs. Edited by D. Puccio. Moscow: Flinta, 2013. 384 p.

7. Nikonova Z.V. Frame analysis of speech acts (based on modern German): author's abstract. diss. … doc. philological sciences. Tambov, 2009.

8. Fattakhova N.N., Kulkova M.A. Folk signs: syntax and pragmatics (based on Russian, Tatar and German languages). Moscow: FLINTA: Nauka, 2020. 255 p.

9. Fillmore C. Frames and the Semantics of Understanding. New in Foreign Linguistics. Issue 23: Cognitive Aspects of Language. Moscow: Progress, 1988. P. 52 – 92.

10. Zhang, Yuying. Everyday Signs as a Fragment of the National Picture of the World. Slavic Culture: Origins, Traditions, Interaction. 26th Cyril and Methodius Readings (May 22, 2025): Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. Ed. Moscow: State Institute of Russian Language named after A.S. Pushkin, 2025. P. 966 – 969.

11. Zhang, Yuying. Epistemic Positioning in Chinese Signs. Cognitive Studies of Language. 2026. Iss. 1 (66). P. 121 – 124.

12. Bongelli R., Riccioni I., Vincze L., Zuczkowski A. Questions and Epistemic Stance: Some Examples from Italian Conversations. Ampersand. 2018. Vol. 5. P. 29 – 44.

13. Conrad S., Biber D. Adverbial Marking of Stance in Speech and Writing. In: Hunston S., Thompson G. (eds.). Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse. Oxford: Oxford University Press, 2000. P. 56 – 73.

14. Cuenca M.-J. Disagreement, Epistemic Stance and Contrastive Marking in the Catalan Parliamentary Debate. Journal of Pragmatics. 2023. Vol. 203. P. 1 – 13.

15. Du Bois J.W. The Stance Triangle. In: Englebretson R. (ed.). Stancetaking in Discourse: Subjectivity, Evaluation, Interaction. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2007. P. 139 – 182.

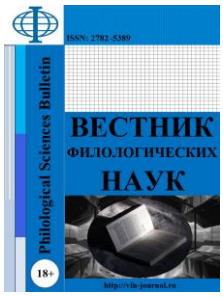
16. Ionescu-Ruxăndoiu L., Constantinescu M.-V., Stoica G., Hartular Ș. (eds.). Attitude and Stance in Discourse. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2022. 274 p.

17. Ochs E. Constructing Social Identity: A Language Socialization Perspective. Research on Language and Social Interaction. 1993. Vol. 26.No. 3. P. 287 – 306.

Информация об авторах

Чжан Юйин, *Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия*

© Чжан Юйин, 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки)
УДК 882
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-273-278

[1] Чжэн Чжоу ***[1] Сычуаньский университет***

Противоречия брачного института в России после судебной реформы 1864 года на примере романа «Анна Каренина»

Аннотация: *роман Льва Толстого «Анна Каренина» хорошо известен читателям во всем мире, а трудности Анны, связанные с разводом, и ее трагическая судьба вызывают у всех читателей чувство глубокой печали. В реальности после реформы крепостного права 1861 года реформа судебной системы 1864 года оказала значительное влияние на традиционную брачную систему России, что привело к появлению глубоких противоречий в ней. В данной статье через призму бракоразводных трудностей Анны будет проанализировано противоречие между секуляризацией бракоразводных процедур в российском брачном праве после судебной реформы 1864 года и укорененными в православных канонах и традиционных общественных представлениях о браке. В итоге будет сделан вывод, что трагедия Анны не является случайностью, а является неизбежным результатом столкновения ее личных чувств с застывшей и лицемерной право-религиозной системой.*

Ключевые слова: *Анна Каренина, судебная реформа 1864 года, российское брачное право, православные каноны, трудности развода*

Для цитирования: Чжэн Чжоу. Противоречия брачного института в России после судебной реформы 1864 года на примере романа «Анна Каренина» // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 273 – 278. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-273-278

Поступила в редакцию: 22 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Zheng Zhou ***[1] Sichuan University***

Contradictions in the institution of marriage in Russia following the Judicial Reform of 1864, as illustrated by the novel “Anna Karenina”

Abstract: *Leo Tolstoy's novel Anna Karenina is widely known throughout the world. Anna's marital crisis and tragic experiences in the novel evoke profound sorrow in every reader. In reality, following the 1861 serfdom reforms, particularly the 1864 judicial reforms, Russia's traditional marriage system faced significant upheaval, rendering its marital institutions deeply contradictory. This paper analyzes the contradictions within the marital system through Anna's divorce dilemma. It examines the secularization of divorce procedures brought by the 1864 judicial reforms and the conflicts with Orthodox Church regulations and traditional societal marriage concepts. Ultimately, it concludes that Anna's tragedy was not accidental but an inevitable outcome of the collision between her personal emotions and the rigid, hypocritical legal-religious system.*

Keywords: *Anna Karenina, 1864 Judicial Reform, Russian Marriage Law, Orthodox Canon Law, divorce dilemma*

For citation: Zheng Zhou. Contradictions in the institution of marriage in Russia following the Judicial Reform of 1864, as illustrated by the novel "Anna Karenina". Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 273 – 278. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-273-278

The article was submitted: April 22, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

В 1860-е годы Россия находилась на беспрецедентном историческом перепутье: в 1861 году Александр II издал указ, официально отменивший существовавшее на протяжении нескольких столетий русское крепостное право [1, с. 28-32]. Этот шаг ознаменовал собой решающий этап на пути России к преобразованию в современное общество. Серия больших реформ, последовавших за 1861 годом, переформировала государство в политической, экономической и военной сферах, причем самой известной из них была судебная реформа 1864 года. Основной целью судебной реформы 1864 года было разрушение существующей традиционной судебной системы с последующим созданием новой светской системы судебного права. Однако идеал и реальность, в конечном счете, не совпадают: хотя традиционная инквизиционная правовая система и подверглась огромному удару, полноценная новая правовая система, основанная на современной модели судебного процесса, так и не была успешно создана [7, с. 162-169]. Этот результат привел к ситуации, когда секуляризация права оказалась неполной и недостаточной, и институт брака и семьи стал одним из важных проявлений этого. После ряда волн модернизации, таких как отмена крепостного права и модернизация судебной системы, институт брака в России оказался в весьма затруднительном положении. Хотя развод можно было инициировать через судебное право, брачные отношения по-прежнему подпадали под юрисдикцию православной церкви, а церковные каноны устанавливали строгие правила и контроль в отношении разводов. Поэтому развод в России по-прежнему оставался очень тернистым путем, по которому было трудно пройти, особенно для женщин [11, с. 20-70].

На фоне таких социальных реалий появление романа Льва Толстого «Анна Каренина» отражает дух времени и текущее состояние общества. История Анны в романе – это не просто обычная любовная трагедия из жизни, а отражение развития российского общества того времени. Стремление Анны к любви и самоосвобождению является отражением стремления к свободе всех прогрессивных людей в российском обществе, а ее путь к разводу ясно и подробно демонстрирует, как противоречивые положения брачного законодательства того времени загнали живую душу в тупик. Поэтому в данной статье в качестве объекта исследования выступает любовная трагедия Анны Карениной из романа, при этом основное внимание уделяется трудностям, с которыми она столкнулась при разводе, что позволяет глубоко изучить и проанализировать внутренние противоречия российской системы брака после судебной реформы 1864 года. В заключение в статье с помощью теории социологии права будет доказано, что трагедия брака Анны является неизбежным результатом столкновения индивидуальных стремлений человека с лицемерной, застывшей и пронизанной гендерным дискриминацией правовой и религиозной системой [2, с. 63-96].

Материалы и методы исследований

Материалы данного исследования включают юридические документы периода реформы крепостного права, а также роман «Анна Каренина» и связанные с ним рецензии и критические статьи. Кроме того, были использованы результаты исследований творчества Толстого, проведенных как в России, так и за рубежом.

Методологическая основа данного исследования заключается в тщательном прочтении текстов и сравнительном анализе отражения положений законодательства в литературных произведениях. Особое внимание уделяется анализу «проблемы развода Анны» с целью изучения противоречия между секуляризацией процедуры развода в российском брачном праве после реформы судебной системы 1864 года и ее укорененностью в православных канонах и традиционных представлениях о браке.

Результаты и обсуждения

I. Судебная реформа 1864 года и «переплетение старого и нового» в российском брачном праве

В 60-е годы XIX века Александр II инициировал беспрецедентную реформу, благодаря которой древняя Россия начала процесс модернизации. «Устав о судах», принятый в ходе судебной реформы 1864 года, несомненно, был самой радикальной и наиболее эффективной частью этого реформаторского процесса. Его главной целью было разрушение судебной системы, существовавшей на протяжении нескольких столетий в условиях сословных привилегий. Однако в процессе разрушения судебной системы, когда дело дошло до сферы брачного права, реформа столкнулась с препятствиями со стороны традиционных религиозных ин-

ститутов, что привело к возникновению противоречивой ситуации, при которой сосуществовали новое судебное право и старые нормы [9, с. 135-143].

Судебная реформа 1864 года в основном характеризовалась тремя чертами: секуляризацией, идеализацией и профессионализацией [3, с. 183-185]. Она была направлена на создание относительно независимой судебной системы, не подверженной вмешательству со стороны административной власти, что должно было обеспечить единство судебной системы Судебная реформа требовала, чтобы судьи не могли быть отстранены от должности, что подчеркивало намерение реформы избавиться от произвольного вмешательства административной власти в судебную власть, тем самым обеспечивая важную гарантию справедливого применения закона. Во-вторых, были внедрены инновации как в судебные процедуры, так и в судебную систему: на уровне судебных процедур была отменена прежняя закрытая система письменного дознания, которую заменила открытая и прозрачная система состязательного судопроизводства. Это позволило проводить все процессуальные действия под надзором общественности, что помогло избежать закулисных манипуляций со стороны бюрократических структур. Инновации в институциональной сфере заключаются главным образом в создании системы присяжных и адвокатских коллегий. Введение присяжных способствует отражению общественных представлений в судебном разбирательстве, а профессиональные адвокаты помогают обычным гражданам защищать свои личные права. Кроме того, данная судебная система провозглашала принцип равенства всех перед законом, теоретически защищая равные права всех граждан. Из этого можно сделать вывод, что основной чертой новой судебной системы была формальная рациональность: она пыталась защитить права граждан всех слоев общества с помощью правовой системы, казавшейся универсальной и справедливой, что приводило к тому, что такие люди, как Анна, верили в возможность защитить свои законные права и выйти из затруднительного положения с помощью закона [2, с. 20-34].

Однако реальность развивалась не так, как первоначально предполагалось: теоретическое равенство не могло продвинуться ни на шаг, столкнувшись с препятствиями со стороны традиционных авторитарных сил в реальности, и сфера брачного института стала основным проявлением этого. В 1860-х годах брак в России по-прежнему находился под контролем традиционных православных канонов; он не стал равным договором, как того требовала новая судебная система, а по-прежнему рассматривался как священный и нерасторжимый таинство. Православная церковь обладала абсолютной юрисдикцией над семейными браками в России; браки подавляющего большинства людей находились под контролем православных судов, что приводило к тому, что секуляризация в рамках новой судебной системы не могла вмешиваться в брачные дела, а это, в свою очередь, приводило к тому, что институт брака не мог войти в процесс юридической секуляризации. При этом православная церковь устанавливала строгие правила в отношении брачных дел, особенно в отношении разводов, требования к которым были практически невыполнимы. Например, в случае супружеской измены одной из сторон другой стороне необходимо предоставить прямые доказательства, то есть застать на месте преступления; в случае исчезновения одной из сторон другой стороне необходимо выждать срок в один год; эти положения делают путь к разводу практически недостижимым. Кроме того, процесс развода длится очень долго, а наказание для виновной стороны чрезвычайно сурово: например, жена, совершившая прелюбодеяние, навсегда лишается права на повторный брак, а также права на посещение детей [4, с. 18-21].

Из этого можно увидеть противоречивую ситуацию, сложившуюся в сфере института брака в ходе судебной реформы: новая судебная система стремится воплотить в жизнь формально-теоретическую процессуальную справедливость и защитить права личности, однако в реальности традиционные религиозные силы, фактически «захватившие» институт брака, заставляют граждан подчиняться религиозным нормам. Для таких людей, как Анна, эта противоречивость представляет собой как смертельное искушение, так и тяжелый удар. С одной стороны, она ощущает справедливость, принесенную реформой судебной системы, и охотно верит, что по этому пути справедливости она сможет обрести свое заветное счастье; с другой стороны, форма остается лишь формой, и при столкновении с реальностью теоретическое равенство и справедливость рушатся сами собой, теряя всякую опору.

II. Проблемы Анны, связанные с разводом: конкретные препятствия в правовых и религиозных процедурах

Трагедия любви Анны вызывает сожаление, поскольку ее брачные затруднения позволяют ощутить глубокое чувство беспомощности. Анна сама очень четко осознавала свое положение в браке; она понимала, что находится в браке без любви, и в то же время ясно осознавала, насколько сильна ее тяга к браку, основанному на любви. Поэтому она стремилась обрести желанную любовь и свободу законным путем и шаг за шагом предпринимала конкретные действия, чтобы удовлетворить свое внутреннее желание, но в ходе этого процесса постоянно наталкивалась на препятствия. Традиционные православные каноны изначально об-

рекали путь Анны к разводу на провал. Анна, как сторона, которая первая ушла от супруга и стала жить с любовником, несомненно, считалась виновной по православным канонам. Статус виновной ставил Анну в невыгодное положение, и из-за этого она лишилась права инициировать бракоразводный процесс, поскольку в то время брак по православным канонам сам по себе не был равноправным, тем более развод: это не право, которым могут воспользоваться обе стороны брака по собственному желанию, а наказание для «виновной стороны» и помощь «потерпевшей стороне». Поэтому единственный способ для Анны достичь цели развода – это полагаться на помощь мужа в его оформлении. Это означает, что счастье Анны полностью зависит от внутренних переживаний и конкретных действий мужа Каренина; ей необходимо просить Каренина, как «потерпевшую сторону», подать иск о разводе в церковный суд, только так она сможет обрести окончательное освобождение. Таким образом, эта борьба за личную свободу и истинную любовь в конечном итоге превратилась в расчет различных интересов и эмоциональную месть [5, с. 145-146].

А изменение отношения Каленина к предложению о разводе, описанное в тексте, ясно демонстрирует читателю связь между тогдашними российскими правовыми процедурами и личной репутацией в обществе. Изначально, будучи «потерпевшей стороной» в браке, Каленин из-за душевной боли и гнева склонялся к тому, чтобы быстро развестись с женой, но, под давлением соображений религиозной веры и личной репутации в обществе, он постепенно начал колебаться по поводу развода. Во-первых, как православный христианин, Каленин очень строго соблюдал православные каноны, поэтому он из глубины души считал развод грехом; напротив, если бы он смог простить и извинить свою виновную жену, это означало бы, что он выполнил высокий православный долг. Во-вторых, Каренин в то время был государственным деятелем с чрезвычайно высоким социальным статусом, и бракоразводный процесс с женой стал бы скандалом на всю жизнь, который мог бы даже повлиять на его дальнейшую карьеру. Поэтому, обдумав ситуацию, он начал колебаться в отношении развода с женой и вместо этого решил прибегнуть к «холодной войне», удерживая Анну в формальном браке, чтобы таким образом сохранить свою репутацию в обществе и соблюсти православные каноны [6, с. 40-70].

Позже, из-за тяжелых родов Анны, в душе Каренина произошла тонкая перемена. Роды были настолько тяжелыми, что она едва не лишилась жизни. Увидев это, религиозные убеждения Каренина начали брать верх, и его чувство ответственности за прощение и милосердие к ближним усилилось. Каренин даже на мгновение захотел простить Анну и Воленского и дать им возможность быть вместе. Однако впоследствии, после выздоровления, Анна вновь решила тайно сбежать с Воленским, и взгляды Каренина вновь изменились; под влиянием графы он обратился к известному адвокату. Анализ и предложения, сделанные адвокатом после ознакомления с историей Каренина и Анны, были весьма ироничны: он не предложил никакой юридической помощи, а сразу же приступил к анализу интересов, развод, хотя и возможен, но процесс будет чрезвычайно сложным, и указал Каленину, что не разводиться для него выгоднее, поскольку, пока брак не расторгнут, Анна по закону остается под опекой Каленина, и таким образом он сохраняет контроль над ней, а также избегает проблемы, связанной с тем, что в ходе длительного бракоразводного процесса семейные конфликты Каленина будут выставлены на всеобщее обозрение. Кроме того, отказ от развода мог лишить Анну возможности вступить в новый брак. Хотя согласно канонам православия женщина, разведенная по причине прелюбодеяния, не имеет права вступать в повторный брак, с секуляризацией закона у Анны оставалась возможность вступить в новый брак. В анализе адвоката закон уже не является средством достижения справедливости, а инструментом для защиты личных интересов, и именно использование этого инструмента Карениным и привело к трагической гибели Анны.

III. За пределами буквы закона: общественные представления, гендерная политика и «невидимая клетка»

С точки зрения правовой системы и традиционных православных канонов трагедия любви Анны действительно была неизбежна, однако анализировать ее брачные трудности исключительно через призму законов и церковных предписаний было бы слишком узким подходом. Хотя на первый взгляд кажется, что именно брачные законы того времени и традиционные православные каноны заперли Анну в всеобъемлющую клетку, из которой нет выхода, на самом деле оковы этой клетки – это отсталые и лицемерные общественные представления и гендерная политика того времени. Именно сочетание этих сил сплело вокруг Анны «сеть», из которой она не могла вырваться, заставляя ее видеть снаружи сети кажущуюся свободу, но не давая ей возможности вырваться из этой невидимой «сети», что в конечном итоге привело к трагическому финалу – смерти в этой «сети». Негласное разрешение на измены и строгий запрет на искренность – это важнейшие нити этой невидимой сети. Высшее общество Петербурга на самом деле не запрещало внебрачные связи; любовные интриги между знаменитостями были важной приправой к скучной и однообразной жизни. Однако в высшем обществе действительно запрещалось срывать эту завесу, обнажая правду перед всеми и тем самым бросая вызов лицемерным нормам высшего общества. В этом высшем обществе многие

знатные дамы на самом деле имеют своих любовников, но они не разрушают из-за этого свои существующие брачные отношения. Они по-прежнему поддерживают видимость супружеских отношений, соблюдают социальные нормы и демонстрируют обществу свою счастливую семейную жизнь, точно так же, как те притворные «счастливые» семьи, которые Анна видела в театральном ложе. поэтому для Анны ошибка заключалась не в том, что она влюбилась в Воленского и завела с ним любовную связь, а в том, что она попыталась обнародовать свои отношения с любовником и тем самым бросила вызов лицемерным правилам высшего общества. Очевидно, что в то время общественное мнение в России было важным механизмом наказания, обеспечивающим нормальное функционирование лицемерных правил. Когда кто-то пытался бросить вызов и нарушить эту систему лицемерных социальных правил, общественное мнение судило и наказывало этих вызовщиков. Поэтому после того, как Анна обнародовала свои отношения с Воренским, она быстро превратилась из «звезды светского общества» в «подонку, на которого все плюют».

Помимо этого, двойные стандарты в отношении пола также являются важной нитью в этой невидимой «паутине». И этот стандарт был затронут уже в первых главах романа – речь идет о романе брата Анны, Обронского, с домашней учительницей. После того как роман Обранского был раскрыт, его жена Долли была безутешна и даже хотела развестись с ним, но общественное мнение по поводу этого события не вызвало большого резонанса. Роман не оказал значительного влияния на социальный статус Обранского, его работу и отношения с друзьями; более того, общество легко простило его, продолжая наслаждаться своей беззаботной жизнью, в то время как страданиям Доли никто не сочувствовал; напротив, сестра Анна и другие были вынуждены убеждать Доли продолжать поддерживать с мужем Обранским видимость брака. Таким образом, в рамках таких моральных норм женщины не обладали полной независимостью и автономией; в браке женщина считалась лишь частью имущества мужчины. Поэтому, когда вскрылась измена Анны с любовником, в общественном мнении это воспринималось, скорее, как ущерб личному имуществу и репутации Каренина. Соответственно, измена Анны была по праву осуждена обществом как непростительное преступление, этот грех не только разрушил изначально счастливую семейную жизнь Каленина, но и нанес ущерб его высочайшей репутации в обществе [8, с. 3].

Выводы

Анализ сюжета развода в романе «Анна Каренина» как отражения противоречий российского брачного права после судебной реформы 1864 года позволяет сделать вывод, что эмоциональная трагедия Анны – это не случайная личная трагедия, а неизбежный результат развития российского общества. Брачные затруднения Анны проистекают из структурных противоречий брачного института. Реформа судебной системы 1864 года была направлена на внедрение современных правовых концепций с целью содействия секуляризации права, однако из-за абсолютного контроля традиционной православной церкви над брачным институтом в России секуляризация в сфере брачного права не была осуществлена. Введение секуляризации судебной системы сделало возможным оформление развода через судебные процедуры, однако юрисдикция православной церкви над брачным институтом привела к тому, что развод по судебному решению был практически невозможен, что в конечном итоге привело к трагедии в браке Анны. Кроме того, брачные затруднения Анны ярко продемонстрировали глубокую гендерную дискриминацию в российском брачном праве, доказав существование значительных различий в силе доказательств при прелюбодеянии мужчин и женщин, а также в последствиях, которые им приходилось нести. Таким образом, из трагического финала Анны можно судить об эффективности судебной реформы в России того времени, а также о печальных последствиях компромисса между судебной модернизацией и традиционными силами [10, с. 95-97].

Список источников

1. Бибина Н.М. Судебная реформа 1864 г.: исторический опыт и влияние на российское общество и государство // Вестник российской правовой академии. 2024. № 4. С. 28 – 32.

2. Заламбани М. Институт брака в творчестве Л.Н. Толстого. М., 2017. 267 с.

3. Коновалов А.А. Судебная реформа 1864 года в России // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 95-2. С. 183 – 185.

4. Плешаков С.М. Историко-правовой анализ судебной реформы 1864 года // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2014. С. 18 – 21.

5. Токарев Г.В. Взгляды Толстого на брак // Вестник Костромского государственного университета. 2019. № 2. С. 145 – 146.

6. Wagner W.G. Marriage, Property, and Law in Late Imperial Russia. Oxford: Clarendon Press, 1994. 428 p.

7. 郭响宏. 俄国 1864 年司法改革与帝俄晚期法治国家建设 // 陕西师范大学学报. 2014. № 01. С. 162 – 169.

8. 瓦·奥·克柳切夫斯基. 俄国史 / 张草纫 译. 北京: 商务印书馆出版社, 2013. 533 p.

9. 王海军. 近代俄罗斯的司法现代化之路—基于司法改革进程的考察 // 北方法学. 2018. № 04. С. 135 – 143.

10. 么忠义. 她们别无选择—安娜和田小娟的爱情悲剧对比 // 辽宁教育学院学报. 1995. № 06. С. 3.

11. 周焕灵. 安娜卡列尼娜悲剧的必然性 // 名作欣赏. 2005. № 23. С. 95 – 97.

References

1. Bibina N.M. The Judicial Reform of 1864: Historical Experience and Impact on Russian Society and the State. Bulletin of the Russian Law Academy. 2024. No. 4. P. 28 – 32.

2. Zalambani M. The Institute of Marriage in the Works of L.N. Tolstoy. Moscow, 2017. 267 p.

3. Konovalov A.A. The Judicial Reform of 1864 in Russia. International Research Journal. 2020. No. 95-2. P. 183 – 185.

4. Pleshakov S.M. Historical and Legal Analysis of the Judicial Reform of 1864. Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference. 2014. P. 18 – 21.

5. Tokarev G.V. Tolstoy's views on marriage. Bulletin of Kostroma State University. 2019. No. 2. P. 145 – 146.

6. Wagner W.G. Marriage, Property, and Law in Late Imperial Russia. Oxford: Clarendon Press, 1994. 428 p.

7. 郭响宏. 俄国 1864 年司法改革与帝俄晚期法治国家建设. 陕西师范大学学报. 2014. No. 1. P. 162 – 169.

8. 瓦·奥·克柳切夫斯基. 俄国史. 张草纫译. 北京: 商务印书馆出版社, 2013. 533 p.

9. 王海军. 近代俄罗斯的司法现代化之路—基于司法改革进程的考察. 北方法学. 2018. No. 04. P. 135 – 143.

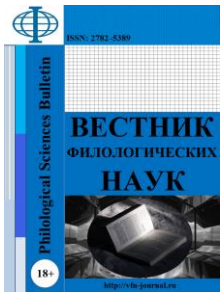
10. 么忠义. 她们别无选择—安娜和田小娟的爱情悲剧对比. 辽宁教育学院学报. 1995. No. 06. 3 p.

11. 周焕灵. 安娜卡列尼娜悲剧的必然性. 名作欣赏. 2005. No. 23. P. 95 – 97.

Информация об авторах

Чжэн Чжоу, *кафедра инностранных языков, Сычуаньский университет, gordon19970122@163.com*

© Чжэн Чжоу, 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки)
УДК 82-93
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-279-286

[1] Гимальдинов А.И., [1] Шабалина Н.Н., [1] Ганеева З.Б.,
[2] Шайхлисламова А.Г.

[1] Елабужский институт (филиал) КФУ
[2] МБОУ «Гимназия № 183» Советского района г. Казани

«Визуализация» образа Пушкина в современной детско-юношеской прозе (на материале произведений А. Гиваргизова «Записки выдающегося двоечника», Т. Стамовой «Прекрасный Пушкин», В. Дегтевой «Рыцарь Рыжик», П. Власова «Рыцарь, кот и балерина»)

Аннотация: *в статье рассматривается визуализация как повествовательный принцип, включающий как буквальное описание портретных деталей (бакенбарды, цилиндр, плащ-крылатка), так и создание внутреннего зримого образа, провоцирующего работу читательского воображения. Анализируются приемы введения Пушкина в сюжет в качестве полноценного персонажа, а также интертекстуальные элементы из биографии и творчества поэта. Цель исследования – выявление способов визуализации образа А.С. Пушкина в современной детско-юношеской прозе на материале произведений А. Гиваргизова, Т. Стамовой, В. Дёгтевой и П. Власова. В результате исследования установлено, что ключевой тенденцией является демифологизация поэта через его «очеловечивание» и включение в игровое сюжетное действие; однако при этом сакральный статус «солнца русской поэзии» не разрушается, что проявляется в мотивах невозможности покинуть портретную раму (В. Дегтева) или стереть написанные строки (Т. Стамова). Визуализация образа Пушкина в детско-юношеской прозе позволяет преодолеть разрыв между хрестоматийным памятником и живым человеком, сохраняя при этом каноническое представление о поэте как о культурной ценности.*

Ключевые слова: *визуализация, А.С. Пушкин, детско-юношеская проза, интертекстуальность, детско-юношеская литература, Т. Стамова, В. Дегтева*

Для цитирования: Гимальдинов А.И., Шабалина Н.Н., Ганеева З.Б., Шайхлисламова А.Г. «Визуализация» образа Пушкина в современной детско-юношеской прозе (на материале произведений А. Гиваргизова «Записки выдающегося двоечника», Т. Стамовой «Прекрасный Пушкин», В. Дегтевой «Рыцарь рыжик», П. Власова «Рыцарь, кот и балерина») // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 279 – 286. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-279-286

Поступила в редакцию: 22 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 30 апреля 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Gimaldinov A.I., [1] Shabalina N.N., [1] Ganeeva Z.B., [2] Shaikhlislamova A.G.

[1] Elabuga Institute (branch) of Kazan Federal University
[2] Gymnasium No. 18" of the Soviet district of Kazan

"Visualization" of the image of Pushkin in modern children's and youth prose (based on the works of A. Givargizov "Notes of an outstanding bad student", T. Stamova "Beautiful Pushkin", V. Tar "Knight Ryzhik", P. Vlasov "Knight, cat and ballerina")

Abstract: *the article considers visualization as a narrative principle, including both a literal description of portrait details (sideburns, top hat, lionfish cloak) and the creation of an internal visible image that provokes the work of the reader's imagination. The methods of introducing Pushkin into the plot as a full-fledged character, as well as intertextual elements from the biography and work of the poet, are analyzed. The purpose of the study is to identify ways to visualize the image of A. S. Pushkin in modern children's and youth prose based on the works of A. Givargizov, T. Stamova, V. Degteva and P. Vlasov. As a result of the study, it was established that the key trend is the demythologization of the poet through his "humanization" and inclusion in the game plot action; however, at the same time, the sacred status of the "sun of Russian poetry" is not destroyed, which is manifested in the motives of the inability to leave the portrait frame (V. Degtev) or erase the written lines (T. Stamova). Visualization of Pushkin's image in children's and youth prose allows you to bridge the gap between a textbook monument and a living person, while maintaining the canonical idea of the poet as a cultural value.*

Keywords: *visualization, A.S. Pushkin; youth prose, intertextuality, children's and youth literature, T. Stamova, V. Degteva*

For citation: Gimaldinov A.I., Shabalina N.N., Ganeeva Z.B., Shaikhlislamova A.G. "Visualization" of the image of Pushkin in modern children's and youth prose (based on the works of A. Givargizov "Notes of an outstanding bad student", T. Stamova "Beautiful Pushkin", V. Tar "Knight Ryzhik", P. Vlasov "Knight, cat and ballerina"). Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 279 – 286. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-279-286

The article was submitted: April 22, 2026; Approved after reviewing: April 30, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Жизнь и творчество Александра Сергеевича Пушкина XX-XXI столетий является предметом пристального внимания для глубокого анализа со стороны не только исследователей, но и современных писателей, в том числе относящихся к кругу чтения для детей и подростков.

Репрезентация пушкинского текста осуществляется с помощью диалогического взаимодействия с приращением смыслов и ассоциаций (цитирование, аллюзии на биографию и творчество поэта), визуализации через портретные клише (бакенбарды, цилиндр, фрак, плащ-крылатка, кудри), мифологизации и демифологизации образа в культуре, включение поэта в сюжет в качестве полноценного, действующего персонажа.

Важным компонентом работы с воспроизведением образа А.С. Пушкина в контексте современной подростковой прозы, на наш взгляд, становится визуализация. Данный термин не закреплен в литературоведении, однако само явление активно исследуется, например, Т.К. Кушнирчук в статье «Визуализация как повествовательный принцип в прозе поэта Б. Пастернака» предлагает следующее определение термина «визуализация» – «в широком смысле визуализация подразумевает процесс представления какой-либо информации в виде оптического изображения…» [7].

На наш взгляд, в контексте данного термина важно выходить за рамки представления о визуализации, как о конкретном, непосредственно зримом изображении, учитывая еще зримую картину мира, которая возникает в сознании адресата в процессе восприятия художественного текста.

Таким образом, можно выделить два подхода к пониманию термина «визуализация» в литературоведческом аспекте: во-первых, визуализация – буквальное, оптическое представлением информации, во-вторых, визуализация – текстовое описание, провоцирующее работу воображения и формирующее у читателя внутренний зрительный образ.

Второй аспект понимания термина «визуализация» находит активное применение на страницах произведений современной детско-юношеской прозы. Авторы, конструируя в своих текстах образ А.С. Пушкина,

часто апеллируют к клишированным портретным деталям: бакенбарды, кудри, цилиндр, фрак и прочие. Такого рода опознавательные маркеры позволяют читателю безошибочно визуализировать фигуру поэта без изображения, актуализируя сложившийся в культурной памяти визуальный код.

Материалы и методы исследований

Материалом для исследования послужили произведения А. Гиваргизов «Записки выдающегося двоечника», Т. Стамова «Прекрасный Пушкин», В. Дегтевой «Рыцарь Рыжик», П. Власов «Рыцарь, кот и балерина».

Результаты и обсуждения

В сказке Петра Власова «Рыцарь, кот и балерина» главная героиня Маша, отправляется на экскурсию в Эрмитаж, где происходит чудесная встреча с говорящим котом Васькой. Юной балерине выпадает счастливая возможность прогуляться по Петербургу с Пушкиным. Петр Власов – российский журналист и писатель, главный редактор газеты «Культура», лауреат Международной премии стран СНГ «Искусство книги» 2015 года (за книгу «Приключения эрмитажных котов»), лауреат Международной детской литературной премии имени В.П. Крапивина 2016 года (за книгу «Драуген. История мальчика, который стал звездой»).

На страницах произведения П. Власова «Рыцарь, кот и балерина» образ Пушкина предстает перед читателем как активно действующий персонаж, вовлеченный в сложный историко-приключенческий сюжет. Автор раскрывает образ поэта многопланово: с одной стороны, Пушкин представлен, как великий поэт, чье имя вошло в историю и напрямую связано с Петербургом, а с другой – Пушкин соратник и помощник героини, защищающий город от нападения свиты злодеев.

Образ Александра Сергеевича Пушкина введен в ткань повествования через описание места, где установлен памятник поэту: «И тогда Маша отправилась в сквер к Черной речке, – туда, где стоит памятник раненному на дуэли Пушкину…» [2, с. 84]. В данном эпизоде, актуализируя культурную память, Власов раскрывает образ поэта как великого гения, знакомя юных читателей с трагической частью жизни Пушкина – дуэль с Жоржем де Геккереном (Дантесом). Позиции автора вторят мысли школьницы Маши, смотрящая на ситуацию прошлого как человек XXI века, для которого жизнь ценностно ориентирована в будущее. Юная девочка размышляет о смерти Пушкина с позиции сослагательного наклонения: «Съездил бы заграницу, написал бы еще кучу замечательных книг, подружился бы с Толстым, Достоевским, Тургеневым…» [2, с. 84]. Попытка домыслить продолжение жизни Пушкина при определенных условиях подчеркивает сакральность фигуры поэта для русского сознания: Пушкин одновременно и отправная точка нашей литературы, и точка, обеспечивающая ей дальнейший прогресс. Главная героиня бессознательно, проводя параллели, включает в символическое поле литературы Толстого, Достоевского и Тургенева, наследующих традиций Пушкина. Значимо упоминание в цитатах слова «памятник», которое становится аллюзией к одноименному стихотворению Пушкина: «Я памятник себе воздвиг нерукотворный // К нему не зарастет народная тропа, // Вознесся выше он главою непокорной // Александрийского столпа…» [8, с. 340]. Таким образом, через образ памятника на Черной речке Власов показывает важный контраст: место, где погиб Пушкин, становится символом его бессмертия. Автор словно замыкает круг: гибель Пушкина обернулась его вечной жизнью в культуре, где он навсегда остался началом и основой всего, что было создано после него.

Помимо этого, на страницах сказки Власова образ Пушкина оживает, наполняясь телесностью, влияет на сюжетный ход. По традиции волшебной сказки, поэт становится чудесным помощником (по Проппу) в борьбе с антагонистами. В тоже время, Власов стремится создать максимально реалистичный образ Пушкина, опираясь на исторические факты и биографические данные. Писатель, изображая поэта в привычном для юных читателей образе, дополняет его стереотипными визуальными маркерами: «В старомодном **плаще-крылатке** с меховым воротником, **цилиндре** и **тростью** в руке…» [2, с. 88]. В рамках произведения, великий поэт является экскурсоводом для главной героини («Пушкинъ А.С., экскурсоводъ») и становится для нее «проводником» в Россию XIX века. Через данный авантюрный элемент Петр Власов интегрирует читателя в исторический контекст, визуально насыщая пространство выразительными деталями эпохи: «Проезжая часть проспекта кишела каретами и старинными автомобилями…», «Камзолы и треугольники, фраки и цилиндры, платья любых фасонов…» [2, с. 92], также автор знакомит и с биографическими данными Пушкина, «открывая» для читателя «закулисье» литературной жизни и бытовой реальности, демифологизируя образ поэта. Так, например, в одном из эпизодов читатель оказывается в доме Александра Сергеевича и Натальи Николаевны: «Сняли мы эту квартиру в доме княжны Волконской осень тридцать шестого…» [2, с. 94], «В кабинете Маша с ужасом опознала знаменитый, красноватой кожи диван, на котором Пушкин умирал после дуэли…» [2, с. 95].

Таким образом, Петр Власов создает многомерный образ Александра Сергеевича Пушкина: с одной стороны, поэт выступает в классической роли «чудесного помощника» (по Проппу), направляя героиню и

участвуя в фантастическом сюжете. С другой – автор последовательно насыщает повествование реалистичными биографическими и деталями. Этот прием позволяет не только погрузить юного читателя в атмосферу пушкинского Петербурга, но и преодолеть разрыв между хрестоматийным «памятником» и живым человеком, в результате поэт предстает не как отвлеченный гений, а близкий для юного читателя человек.

Именно Пушкину, как одному из самых близких для героини исторических личностей, доверяют сопровождение её в параллельный фантастический мир: «Император выдохнул с облегчением, увидев Пушкина и, самое главное, Наталью Николаевну, что вела под руку высокую девочку в белоснежном бальном платье…» [2, с. 104]. В этом эпизоде автор также разрушает границы между мифологизированным образом Пушкина: он представлен, не как недосягаемый идеал, а как нечто близкое, «родное» для главного героя. Автор произведения знакомит юных читателей с важным событием в биографии А.С. Пушкина – дуэль. Причина дуэли практически такая же, что и в 1837 году: Бутадеус, которого Пушкин приглашает на дуэль, «в своем ультиматуме оскорбил балерину Марию Сергеевну Коржикову…» [2, с. 145]. Однако в представленном произведении дуэль завершается иначе: Пушкин стреляет в воздух, но несмотря на это, остается в живых, побеждая главного антагониста произведения.

Финальным эпизодом становится диалог между школьницей Машей и Пушкиным. Поэт всё также представлен в своем «каноническом» образе: «Знакомая фигура с золотистым сиянием, увенчанная цилиндром и закутанная в темный плащ» [2, с. 153]. Автор использует ключевой маркер – «золотистое сияние», которое визуализирует метафору «солнце русской поэзии», уподобляя сияние нимбу святого или пророка и тем самым делая Пушкина неким проводником между мирами. В этом же контексте автор употребляет слово «цилиндр» вместо привычного и исторического «боливар», что позволяет снизить пафос образа великого поэта и сделать его ближе для восприятия современного читателя-подростка.

Функционирование в сказке «Рыцарь, балерина и кот» Пушкина в качестве героя-помощника позволяет главной героине найти ответы на вечные вопросы. Пушкин, размышляя о человеческой душе, смысле жизни и ошибках, которые совершают люди приходит к ключевому выводу: «Проходят века, а люди наступают на одни и те же грабли…» [2, с. 155]. Употребление во фразе части устойчивого элемента с явной визуальной метафорой – «наступить на грабли» объединяет воедино два временных пласта прошлого и настоящего, подчеркивая неизменность негативных паттернов поведения, что также подтверждают слова, сказанные Пушкиным в контексте монолога: «Для этого нужно совсем немного. Почувствовать, что в общем течении жизни заложен смысл, неизменно переходящий из столетия в столетие, и захотеть постигнуть эту великую загадку…» [2, с. 156]. Именно Пушкин, осознавая механизмы развития человеческого общества, транслирует данную мудрость в простом (буквально) подростковом формате. Через диалог с поэтом главная героиня обретает свой голос, находит себя и свое место в мире.

В повести Валентины Дёгтевой «Рыцарь Рыжик: сказочная повесть» Пушкин вновь представлен в амплуа героя-помощника. Главный герой произведения – Толя Колокольчиков (прозвище – Рыжик), прячась в шкафу, переносится в параллельную реальность, в которой ожили портреты известных людей и реквизиты из учебных кабинетов.

Встречает Рыжика говорящий кот в очках: «По всей видимости, кот был ученый» [5, с. 79]. Читатель окунается в литературное смысловое поле через интертекст (поэма «Руслан и Людмила»). При первой встрече с главным героем Пушкин цитирует строки из романа в стихах «Евгений Онегин»: «Чем меньше женщину мы любим, тем легче нравимся мы ей. И тем её вернее губим средь обольстительных сетей…» [5, с. 80]. Также в контексте первой встречи с поэтом автор делает интертекстуальную отсылку на народную идиому: «А выручать кто будет? Опять Пушкин?» [5, с. 80]. В «Словаре русского арго» под редакцией В. Елистратова значение слова «Пушкин» определяется как «неизвестно кто; бог его знает, кто» [6, с. 397]. В качестве примера употребления представлено предложение: «А кто платить будет, Пушкин?» Активно употребляет представленное устойчивое выражение М.А. Булгаков в романе «Мастер и Маргарита» (часть 1, глава 15): «Никанор Иванович до своего сна совершенно не знал произведений поэта Пушкина, но самого его знал прекрасно и ежедневно по нескольку раз произносил фразы вроде: „А за квартиру **Пушкин платить будет**? “Или „Лампочку на лестнице, стало быть, **Пушкин вывинтил**?“, „Нефть, стало быть, **Пушкин покупать будет**?“» [1, с. 162]. Автор «Словаря собственных имен в русских загадках, пословицах, поговорках и идиомах» М.Л. Ковшова считает, что использование представленной идиомы обуславливается культурным значением: Пушкин – воплощение всего самого значимого в русской культуре.

Александр Сергеевич Пушкин в повести представлен, как великий поэт, оживший портрет из кабинета литературы. Валентина Дёгтева намеренно оживляет школьный потрет, который в массовом сознании часто ассоциируется с чем-то официальным и даже скучным. Пушкин из статичного символа превращается в динамичного персонажа, наделенного иронией и конкретными действиями. Его основная сюжетная функ-

ция – функция помощника (в терминологии В.Я. Проппа), который предоставляет главному герою, Рыжику, волшебное средство – ключ от кабинета биологии, иронично подчеркивая: «Кабинет биологии – дело темное, никакой поэзии…» [5, с. 81]. С одной стороны, автор маркирует традиционный конфликт «физиков и лириков», с другой – тут же его снимает, поскольку именно поэт, наделяет героя ключом для проникновения в эту «тёмную» область и выступает в роли фигуры, которая соединяет, казалось бы, противоположные области знания, утверждая идею целостности культуры.

Слова поэта оказываются пророческими, в кабинете биологии героя встречают злодеи, которые отправляются в погоню за Рыжиком. В контексте борьбы с противниками, главного героя выручает Пушкин: «Бегите, юный друг! Я держу чудо-юдо крепко!» [5, с. 80]. Несмотря на то, что в руках Пушкина был скелет из кабинета биологии, автор упоминает в этом контексте Чудо-Юдо – персонажа славянской мифологии. С одной стороны, данный интертекстуальный прием отсылает к пушкинскому наследию, к его «сказочному» творчеству, где поэт выступал как мастер литературной обработки фольклора. С другой – поэт предстает не просто, как автор текстов, но как живой носитель и хранитель языковой и культурной традиции. В этом же эпизоде автор пишет: «К сожалению, покинуть раму он [Пушкин] не мог, и злодеи продолжили погоню…» [5, с. 145]. А.С. Пушкин во фрагменте произведения является лишь «временным» помощником, способным указать путь и дать инструмент («ключ»), но пройти этот путь должен сам герой. К тому же автор говорит о том, что каноническая фигура, какой является Пушкин, всегда заключена в некие рамки – исторические, культурные. Она может быть переосмыслена, актуализирована, но в конечном итоге не может быть полностью освобождена из своего мифологизированного образа.

В финальном эпизоде, автор также, как и в начале, предлагает отсылку на устойчивое выражение: «Или у Пушкина спросите…» [5, с. 153], но в данном контексте оно имеет противоположение значение, так как по сюжету Пушкин действительно мог бы ответить на заданный родителями вопрос, ведь он являлся помощником для юного героя – спасал его от нападения антагонистов.

Таким образом, в повести Валентины Дёгтевой «Рыцарь Рыжик: сказочная повесть» образ А.С. Пушкина раскрывается через сочетание нескольких аспектов. С одной стороны, автор демифологизирует канонический образ поэта, превращая его в персонажа-помощника, участвующего в развитии сюжета. С другой стороны, Дёгтева художественно исследует границы этой демифологизации: невозможность Пушкина покинуть портретную раму становится метафорой неизбежности культурного канона: поэт может быть актуализирован и переосмыслен, но не может полностью освободиться от своего мифологизированного статуса.

В заглавиях произведений Власова и Дёгтевой возникает культурный архетип пушкинской эпохи – рыцарь. В повести Петра Власова «Рыцарь, кот и балерина» автор обыгрывает образы из произведений Пушкина, в частности, использует мотивы «Скупого рыцаря»: его герой продает душу дьяволу за бессмертие, но если у Пушкина скупость и власть ведут к трагедии, то у Власова юная балерина Маша своим талантом и чистотой помогает искупить старый грех. При этом сам Пушкин появляется в повести как персонаж, который связывает прошлое с настоящим. Иной подход к рыцарской теме демонстрирует Валентина Дегтева в повести «Рыцарь Рыжик»: ее герой Толя Колокольчиков, наделенный богатым воображением, напоминает читателям и Дон Кихота, и героев рыцарских романов. Его «подвиги» – это не сражения, а попытки помочь близким, помирить родителей и сделать мир вокруг добрее. Так оба автора, каждый по-своему, переосмысливают понятие рыцарства для современных читателей: Власов показывает возможность искупления через искусство, а Дегтева доказывает, что настоящим рыцарем может стать даже ребенок, способный на бескорыстные и благородные поступки.

Артур Гиваргизов в произведении «**Записки выдающегося двоечника**», наоборот, сохраняет традиционный, сакрализованный образ поэта, оставляя поэта неоживленным, а привычным для восприятия юных читателей. Первая встреча в Пушкиным случается в истории «Дядя». В классе, среди портретов родственников учительницы Веры Петровны, появляется новый портрет: «Это – Пушкин», – сказала Вера Петровна, – поэт» [4]. Автор в этом рассказе подчеркивает значимость Пушкина в жизни учительницы не только тем, что помещает его в один ряд с семейными, личными ценностями, но и фразой: «Благодаря Пушкину я полюбила литературу и стала учительницей. Поэтому он мне тоже родственник – как дядя…» [4].

В рассказе «Пушкину», входящий в сборник рассказов «Записки выдающегося двоечника» автор тонко высмеивает нынешнюю систему образования. В представленном тексте мифологизированный образ поэта подвергается деконструкции. Имя «Пушкин» – некий пароль, правильное произнесение которого маркирует принадлежность к «культурным детям».

Автор иронизирует, сравнивая детей с роботами, в чьи головы заложена определенная программа, поэтому важным символом становится пульт дистанционного управления. Дети не выстраивают диалог с учителем и прохожим старичком, они отвечают на все единственной, как бы запрограммированной фразой:

«Пушкину!» [4]. Подтверждением иронии становится попытка старичка «починить» ситуацию, поднося пульт к голове школьника: «У меня дома такая же история с телевизором. Он взял пульт, постучал им по коленке, подул на кнопки, вплотную поднес к голове самого высокого школьника…» [4].

Особую значимость в эпизоде приобретает фигура старичка, как хранителя подлинной, живой культурной традиции. Он цитирует «К морю», надеясь получить эмоциональный отклик у детей, но получает в ответ лишь запрограммированную фразу («Пушкину!»). Старичок и дети существуют в разных культурных измерениях: для одного Пушкин – это живой голос, для других – традиционная программа, формальность. Ироничным становится интертекстуальная отсылка к Пушкинским строкам: «Погасло дневное светило», которое в представленном эпизоде имеет актуальную коннотацию. «Дневное светило» – молодое поколение, школьники, которые «гаснут» [4]. Эту мысль усиливает контраст с воспоминанием учительницы Веры Петровны о ее собственном детстве, когда она с подругой «делала подкоп под ювелирный завод» [4]. Представленный эпизод подчеркивает, что проблема заключается не в самих детях, а в образовательной системе, которая превращает знакомство с культурой в механический, лишенный смысла ритуал, отучая мыслить и чувствовать самостоятельно.

Противоположно отношение школьницы к Пушкину в рассказе Татьяны Стамовой «**Прекрасный Пушкин**» из сборника «Кругосарайное путешествие». Художественной особенностью произведений из представленного сборника является то, что каждое из них начинается со стихотворений. Так, рассказ «Прекрасный Пушкин» начинается с авторских строк: «Шум тяжёлой занавески, // вспоминающейся сказки, // забывающейся долго. Пушкин с корью и калиной, // жаркою температурой, // птицей, что жила за морем, // бурей, что просилась в окна…» [10]. В представленном стихотворении Стамова использует элементы интертекста, апеллируя к биографическим данным и произведениям А.С. Пушкина. «Вспоминающейся сказки, // забывающейся долго…» [10] – биографическая аллюзия, напоминающая о детстве поэта. Няня будущего писателя – крестьянка – Арина Родионовна знакомила Пушкина с культурой русского народа, она рассказывала ему сказки и пела песни: «...вечером слушаю сказки моей няни... она единственная моя подруга и с нею только мне не скучно» [3]. К тому же, сам писатель, помимо стихотворений и прозы, является автором сказок. Также автор включает Пушкина в ряд бытовых, почти детских переживаний: «Пушкин с корью и калиной, // жаркою температурой» [10]. Поэт предстает не как «бронзовый монумент», а как живой ребенок, подверженный болезням и домашним средствам лечения. Использование биографическое аллюзии разрушает стереотипный образ, делая его близким и понятным юным читателям рассказа. Завершающие строки стихотворения Стамовой содержат имплицитную цитату – отсылку к одному из самых известных стихотворений Пушкина «Зимний вечер», сопоставляя «…птицей, что жила за морем» [10] со строкой «Спой мне песню, как синица // Тихо за морем жила» [9, с. 291] и «…бурей, что просилась в окна» [10] с «Буря мглою небо кроет… // К нам в окошко застучит» [9, с. 291].

В основе рассказа «Прекрасный Пушкин» лежат аллюзии, посредством которых автор оживляет в читательском сознании ключевые факты биографии и творчества А.С. Пушкина. Центральный образ рассказа – школьница Женька, которая ухаживает за бюстом Пушкина, расположенного в саду при литературном музее рядом со школой. Памятник Пушкину становится для девочки одушевлённым существом, другом: «Это был самый лучший Пушкин из всех виденных Женькой до сих пор. Почти с неё ростом, задумчиво-тихий, он всегда радовался её приходу…» [10]. Школьница заботилась о бюсте «Гладила по кудрявой голове, стряхивала с плеч листья и обходила, любуясь, со всех сторон» [10], проявляя бережное отношение к великому поэту. Описывая взаимодействие Жени с памятником, Татьяна Стамова использует портретные аллюзии: «Почти с неё ростом, задумчиво-тихий… кудрявая голова…» [10], отсылая читателя к каноническим образам Пушкина, известным по прижизненным портретам, скульптурным изображениям и воспоминаниям современников.

С приходом зимы сад закрывается, и доступ к бюсту оказывается прерван: «Он был закутан в брезент и напоминал странный сугроб…» [10]. Подсознательная тоска главной героини по поэту материализуется в сновидении, где Пушкин предстает в роли ее одноклассника, отвечающего у доски по математике. Автор использует биографическую аллюзию, вплетая в сюжет лицейский период жизни поэта. Школьница, защищая Александра Сергеевича говорит: «Если вы поставите ему двойку по математике, его могут выгнать…» [10], отсылая читателей к реальному биографическому факту: Пушкин абсолютно не мыслил в математике и постоянно получал по этому предмету двойки.

Символически важным становятся слова Александра Сергеевича Пушкина, которые он пишет на доске и которые впоследствии не стираются с нее: «Ей надо стереть с доски, но УНЫЛАЯ ПОРА не стирается» [10]. Фраза «Унылая пора», вырванная из контекста знаменитого стихотворения «Осень», превращается в сакральную формулу, в материальное воплощение поэтического гения, которое невозможно устранить про-

стым механическим действием. В этом эпизоде Татьяна Стамова подчеркивает уникальность поэта, «солнца русской поэзии», чье имя прочно «вшито» в культуру и историю не только русской, но и зарубежной литературы.

Подводя итоги сказанному, можно сделать следующий вывод: ключевым художественным приемом в рассказе Татьяны Стамовой «Прекрасный Пушкин» является система аллюзий, направленная на демифологизацию образа А.С. Пушкина. В отличие от канонического восприятия поэта, автор, опираясь на биографические аллюзии, создает образ живого, близкого и понятного ребенку человека. Этот подход реализуется через сознательное снижение образа, включение его в бытовой, близкий для юного человека, контекст. Однако процесс «очеловечивания» подчеркивает сакральность великого поэта, поскольку имя Александра Сергеевича Пушкина прочно вошло в историю и культуру России.

Выводы

Проведенный анализ представленных произведений демонстрирует, что в контексте образа А.С. Пушкина в современной детско-юношеской прозе ключевой тенденцией становится демифологизация великого поэта, которая реализуется включением образа Пушкина в сюжет, использованием аллюзий и ироническим переосмыслением. Однако сакральный образ поэта полностью не разрушается, подчеркивая некую незыблемость «солнца русской поэзии»: невозможность Пушкина полностью покинуть портретную раму (В. Дегтева) или стереть написанные им строки (Т. Стамова).

Таким образом, визуализация образа Пушкина в современной детско-юношеской прозе позволяет приблизить великого поэта к юному читателю и одновременно с этим сохранить каноническое, мифологизированное представление о А.С. Пушкине.

Список источников

1. Булгаков М.А. Собрание сочинений. В 5-ти т. Т. 5. Мастер и Маргарита; Письма. М.: Худож. лит., 1990. 734 с.

2. Власов П. Приключение эрмитажных котов. Рыцарь, кот и балерина. М.: РИПОЛ классик, 2015. 168 с.

3. Гессен А.И. Все волновало нежный ум… Пушкин среди друзей и книг [Электронный ресурс]. URL: https://pushkin-lit.ru/pushkin/bio/gessen-vse-volnovalo-nezhnyj-um/nyanya-pushkina.htm (дата обращения: 14.02.2026).

4. Гиваргизов А. Записки выдающегося двоечника [Электронный ресурс]. URL: https://golnk.ru/DVB30 (дата обращения: 15.02.2026).

5. Дёгтева В.А. Рыцарь Рыжик: сказочная повесть. М.: Аквилегия-М, 2022. 224 с.

6. Елистратов В.С. Словарь русского арго. М.: Русские словари, 2000. 694 с.

7. Кушниpчук Н.П. Визуализация как повествовательный принцип в прозе поэта Б. Пастернака («Воздушные пути», 1924) // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2015. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vizualizatsiya-kak-povestvovatelnyy-printsip-v-proze-poeta-b-pasternaka-vozdushnye-puti-1924 (дата обращения: 11.02.2026).

8. Пушкин А.С. Полное собрание сочинений: в 10 т. Л.: Наука. Ленингр. отд-ние, 1977-1979. Т. 3. Стихотворения, 1827-1836. 1977. 497 с.

9. Пушкин А.С. Полное собрание сочинений: в 10 т. Л.: Наука. Ленингр. отд-ние, 1977-1979. Т. 2. Стихотворения, 1820-1826. 1977. 399 с.

10. Стамова Т. Кругосарайное путешествие [Электронный ресурс]. URL: https://golnk.ru/MB6Rr (дата обращения: 17.02.2026).

References

1. Bulgakov M.A. Collected Works. In 5 volumes. Vol. 5. The Master and Margarita; Letters. Moscow: Art Literature, 1990. 734 p.

2. Vlasov P. The Adventures of the Hermitage Cats. The Knight, the Cat, and the Ballerina. Moscow: RIPOL Classic, 2015. 168 p.

3. Hessen A.I. Everything Excited the Tender Mind… Pushkin Among Friends and Books [Electronic resource]. URL: https://pushkin-lit.ru/pushkin/bio/gessen-vse-volnovalo-nezhnyj-um/nyanya-pushkina.htm (accessed: 14.02.2026).

4. Givargizov A. Notes of an Outstanding Underachiever [Electronic resource]. URL: https://golnk.ru/DVB30 (accessed: 15.02.2026).

5. Degtyar V.A. Knight Ryzhik: a fairy tale story. Moscow: Akvilegiya-M, 2022. 224 p.

6. Elistratov V.S. Dictionary of Russian Argot. Moscow: Russkie slovari, 2000. 694 p.

7. Kushnirchuk N.P. Visualization as a narrative principle in the prose of the poet B. Pasternak ("Airways", 1924). Bulletin of the Leningrad State University named after A.S. Pushkin. 2015. No. 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vizualizatsiya-kak-povestvovatelnyy-printsip-v-proze-poeta-b-pasternaka-vozdushnye-puti-1924 (accessed: 11.02.2026).

8. Pushkin A.S. Complete Works: in 10 volumes. L.: Science. Leningrad Department, 1977-1979. Vol. 3. Poems, 1827-1836. 1977. 497 p.

9. Pushkin A.S. Complete Works: in 10 volumes. L.: Science. Leningrad Department, 1977-1979. Vol. 2. Poems, 1820-1826. 1977. 399 p.

10. Stamova T., A Journey Around the Barn [Electronic resource]. URL: https://golnk.ru/MB6Rr (accessed: 17.02.2026).

Информация об авторах

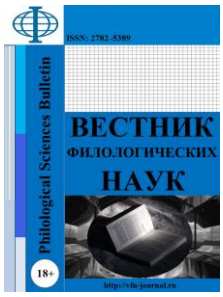
Гимальдинов А.И., *Елабужский институт (филиал) КФУ, г. Елабуга*

Шабалина Н.Н., *кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы Елабужского института (филиала) КФУ, г. Елабуга*

Ганеева З.Б., *Елабужский институт (филиал) КФУ, г. Елабуга*

Шайхлисламова А.Г., *учитель русского языка и литературы, МБОУ «Гимназия № 183» Советского района г. Казани*

© Гимальдинов А.И., Шабалина Н.Н., Ганеева З.Б., Шайхлисламова А.Г., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 811.161.1
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-287-291

[1] Щербинина Х. ***[1] Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина***

«Свое и чужое» – «свое vs. чужое» – «чужое как свое»: семантика и прагматика культурных трансферов

Аннотация: *исследование посвящено анализу трансфера тюркизмов семейной тематики в современный русский язык. В работе применены методы лингвокультурологии и лингвоэпистемологии для изучения реализации тюркских заимствований в русской лексике семейного круга, посредством механизмов интерференции и семантической адаптации. Выявлена модель культурного трансфера «своё – чужое – чужое как своё» на материале лексем баба, башка, биби, калым, кума. Установлено, что тюркизмы в сфере семейной лексики немногочисленны и зачастую не полностью интегрированы в повседневную речь, сохраняя статус «чужих» единиц. Они функционируют в художественных текстах, этнографических описаниях и региональной коммуникации.*

Неполная интеграция обусловлена сохранением культурной коннотации заимствованных единиц, которые как этномаркированные компоненты лексической системы отражают специфику межэтнической коммуникации.

Цель статьи заключается в выявлении закономерностей семантической адаптации и интеграции тюркизмов семейной тематики в русском языке, а также в прослеживании этапов культурного трансфера от «чужого» к «своему» на примере конкретных лексем. Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы для анализа межъязыковых и межкультурных связей в лексической системе русского языка, совершенствования лексикографических описаний тюркизмов с учётом их стилистической и культурной маркированности. Результаты работы необходимы для дальнейшего изучения механизмов интеграции иноязычных элементов в русскую языковую систему с привлечением других групп заимствований.

Ключевые слова: *турецкий корпус, интерференция, семантическая адаптация, этномаркированность, стилистическое снижение, ассимиляция, лингвистическая аккомодация*

Для цитирования: Щербинина Х. «Свое и чужое» – «свое vs. чужое» – «чужое как свое»: семантика и прагматика культурных трансферов // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 287 – 291. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-287-291

Поступила в редакцию: 20 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 1 мая 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Shcherbinina H. ***[1] A.S. Pushkin State Russian Language Institute***

«One's own and another's» – «one's own vs. another's» – «another's as one's own»: semantics and pragmatics of cultural transfers

Abstract: *this study analyzes the transfer of Turkic borrowings related to family themes into modern Russian. The paper applies methods of cultural linguistics and epistemology to examine the implementation of Turkic loan-*

words in Russian family vocabulary through interference and semantic adaptation. A model of cultural transfer, "one's own – someone else's – someone else's as one's own," is identified using the lexemes baba, bashka, bibi, kalym, and kuma. It has been established that Turkic words in the family vocabulary are few in number and often not fully integrated into everyday speech, retaining the status of "foreign" units. They function in literary texts, ethnographic descriptions, and regional communication.

This incomplete integration is due to the retention of the cultural connotations of borrowed units, which, as ethnically marked components of the lexical system, reflect the specific nature of interethnic communication.

The aim of this article is to identify patterns of semantic adaptation and integration of Turkic words related to family themes in the Russian language, as well as to trace the stages of cultural transfer from "foreign" to "native" using specific lexemes as examples. The practical significance of this study lies in its findings being useful for analyzing interlingual and intercultural connections in the Russian lexical system and improving lexicographic descriptions of Turkic words, taking into account their stylistic and cultural markings. The results of this study are necessary for further study of the mechanisms of integration of foreign language elements into the Russian language system, including other groups of borrowings.

Keywords: *turkish corpus, interference, semantic adaptation, ethnomarking, stylistic reduction, assimilation, linguistic accommodation*

For citation: Shcherbinina H. «One's own and another's» – «one's own vs. another's» – «another's as one's own»: semantics and pragmatics of cultural transfers. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 287 – 291. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-287-291

The article was submitted: April 20, 2026; Approved after reviewing: May 1, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Исследование семантики и прагматики культурных трансферов в рамках оппозиции «своё – чужое» позволяет проследить, как заимствованные слова адаптируются к новой языковой и культурной среде. Цель данного исследования – проанализировать трансфер тюркизмов семейной тематики в современный русский язык, выявить этапы их адаптации и определить факторы, влияющие на их статус в принимающей языковой системе. Актуальность работы обусловлена необходимостью углублённого понимания процессов межъязыкового взаимодействия и межкультурной коммуникации.

Материалы и методы исследований

Эмпирическую основу данного исследования составили данные турецкого лексикографического корпуса [10], а также на «Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой [5] и «Этимологический словарь русского языка» М. Фасмера [7]. Для анализа были выбраны лексемы, относящиеся к семейной тематике: баба, башка, биби, калым, кума. Эти единицы представляют интерес с точки зрения семантической адаптации и интеграции в русскую языковую систему, поскольку отражают специфику межэтнической коммуникации и сохраняют элементы культурной коннотации.

Методологическая база содержит подходы лингвокультурологии и лингвоэпистемологии, позволяющие оценить процессы интерференции и семантической адаптации заимствований.

Результаты и обсуждения

Исследование семантики и прагматики культурных трансферов в рамках оппозиции «своё – чужое» предполагает анализ механизмов интеграции иноязычных лексических единиц в принимающую языковую систему.

Проанализируем модель культурного трансфера с учётом этимологии, семантики и особенностей функционирования лексем *баба, башка, биби, калым, кума*

Лексема *баба* в турецком языке характеризуется полисемией. Прямое значение – «отец», а переносное – «защитник», «глава банды», «предок». Выделены и специальные лексемы. Баба используется в значении «бровка» в археологии, «конек крыши» в строительстве. Согласно данным турецкого словаря, слово используется в религиозных контекстах и означает старейшину обители, а также в морской терминологии, в смысле пал для крепления троса. В русском языке заимствование претерпело семантическую трансформацию. Согласно словарю С.И. Ожегова, *баба* имеет разговорное значение «женщина», просторечное – «жена», а также встречается в устойчивых выражениях с экспрессивной окраской [5]. Этимологический анализ по М. Фасмеру подтверждает тюркское происхождение слова, но фиксирует его стилистическое снижение

и сужение значения [7]. Лексема прошла этап «чужого» и частично интегрировалась как «своё», сохранив следы иноязычного происхождения лишь на уровне этимологии.

Семейная семантика лексемы была замещена периферийными для языка-источника признаками, что привело к формированию экспрессивно-просторечного и ироничного коннотативного фона.

Перейдем к анализу следующей лексической единицы. Слово *башка* ассоциируется в русском языке с «головой», демонстрирует связь с тюркским *баш* «голова». В русской речи оно приобрело ярко выраженную просторечную окраску. По данным словаря С. И. Ожегова, слово относится к просторечиям, что подчёркивает его периферийный статус в языковой системе [5]. Башка – пример заимствования, остановившегося на этапе «чужого». Несмотря на фонетическую близость к оригиналу, слово не адаптировалось семантически в исконной сфере употребления.

Лексема *биби* в турецком, – диалектное обозначение «тёти (со стороны отца)». В русском языке отсутствует как таковая. Лексема фиксируется лишь в региональных вариантах речи или этнографических текстах. Используется в значении прерывистого звукового сигнала, являясь разговорной лексемой. Её функционирование ограничено узкокультурным контекстом, что соответствует этапу «чужого» в модели трансфера. Сохранение исходной семантики без стилистических или смысловых сдвигов указывает на минимальную степень адаптации. Тюркизмы сохраняют выраженную «экзотичность» вследствие жёсткой привязки к специфическому этнографическому контексту.

Тюркское *башлык парасы* «выкуп за невесту» в русском языке закрепилось как *калым*. Согласно словарю С.И. Ожегова, слово имеет два значения. Этнографическое – традиционный выкуп в культурах с полигинией. Переносное – ироничное обозначение любого «выкупа». Этимология по М. Фасмеру подтверждает заимствование из тюркских языков. Используется в художественных текстах: *«Он посватался к сестре Фехиме, которая работала у него в доме, и калым заплатил сполна»* [10]. Лексема передаёт местный колорит, а в разговорной речи используется с шутливой коннотацией. Слово узнаваемо, но сохраняет культурную маркированность.

Необходимо проанализировать лексему *кума*. В турецком *кума* обозначает женщину, живущую в одном доме с официальной женой мужчины и состоящую с ним в неофициальном браке, т. е. наложницу или сожительницу в условиях полигинии. Такое значение проиллюстрировано в примере из Рефика Эрдурана: *«Она никого там не ревновала, но из этой последней своей кумы сделала большое событие»* [10]. В русском языке значение переосмыслено. По С.И. Ожегову, *кума* – крёстная мать по отношению к крёстному отцу и родителям крестника [5]. Лексема – пример семантического сдвига, когда заимствование адаптируется к новой культурной традиции. Исходное значение сохраняется лишь в этнографических контекстах, подчёркивая статус «чужого». Переосмысленная форма функционирует как «своё».

Анализ лексемы *ага* (тюрк. – старший брат, дядя) иллюстрирует механизм функциональной специализации лексической единицы. В рамках тюркской лингвокультуры данное слово выступает маркером возрастной иерархии в рамках родовой структуры. В русском языке, согласно исследованию Р.А. Юналеевой, лексема *ага* не вошла в состав общеупотребительной семейной лексики, однако закрепилась в зонах межэтнического взаимодействия в качестве «этикетного интрузива» [9]. Носители русского языка используют данную единицу для номинации «чужого» старшинства. Лексема классифицируется как элемент, находящийся на стадии частичного культурного трансфера.

Лексема *адат* (тюрк. адат – обычай, традиция), семантически связанная с семейным укладом и нормами социального поведения, в русском языке приобрела статус терминологического заимствования. В соответствии с работой А.В. Суперанской, подобные лексические единицы проходят этап «интеллектуализации заимствования» [4]. В ходе анализа установлено, что в русском языковом сознании лексема *адат* противопоставлена понятию «закон» и воспринимается как «чужое» правило, регулирующее внутрисемейные и родовые отношения. Интеграция данной единицы ограничена сферами юридического и этнографического дискурса, что сохраняет семантическую дистанцию относительно исконного понятия «обычай».

Лексема *аркан* в контексте семейной обрядности приобрела символическое значение «связи/узы». Несмотря на исходную предметную семантику, в поле семейных отношений данная единица начинает функционировать как элемент, трансформировавшийся из «чужого» в «своё» посредством фразеологизации. Согласно позиции Р. Р. Синжаповой, подобные семантические переходы свидетельствуют о концептуальной интеграции [3]. Материальный объект, принадлежащий кочевой культуре, становится инструментом вербализации абстрактных социальных связей в принимающем языке.

Анализ лексемы *карапуз* – пример лексической ассимиляции. Слово утрачивает связь с языком-источником, подвергается деэтимологизации и приобретает статус стилистически нейтрального либо ласкательного обозначения младшего члена семьи. М. В. Орешкина подтверждает, что при столь глубокой ин-

теграции иноязычный элемент перестаёт осознаваться носителями языка как чужеродный и полностью интегрируется в лексическое ядро [2].

Лексема *алтын*, несмотря на статус архаизма в современном русском языке, функционирует в фольклорных текстах и фразеологических оборотах. Лексема иллюстрирует этап трансформации экономического заимствования в компонент «домашнего» лексикона.

Выводы

Проведённый анализ подтверждает, что тюркизмы в сфере семейной лексики немногочисленны и зачастую не полностью интегрированы в русский язык. Их функционирование преимущественно ограничено художественными текстами, этнографическими описаниями и региональной коммуникацией. Неполная интеграция обусловлена сохранением культурной коннотации. Как этномаркированные компоненты лексической системы, они отражают специфику межэтнической коммуникации. Модель «своё – чужое – чужое как своё» позволяет проследить этапы адаптации. Начиная от сохранения исходной семантики, как с лексемой биби. Через частичную интеграцию с коннотациями, как со словом калым. Заканчивая полной переосмысленной ассимиляции, как со словом кума.

Полученные результаты коррелируют с теоретическими положениями Ю.С. Степанова о «константах культуры» [1]. Процесс заимствования предстаёт как когнитивный механизм осмысления инокультурного опыта через призму собственного языкового сознания. Цикл культурного трансфера «чужого как своего» реализуется лишь в функционально ограниченных контекстах, что подтверждает избирательный характер интеграции иноязычных лексических единиц в принимающую языковую систему. Выявлено, что тюркизмы семейной семантики не образуют однородного пласта в русском языке.

Фактором, определяющим траекторию адаптации тюркизмов, выступает взаимодействие семантических, стилистических и социокультурных параметров. Сохранение культурной коннотации препятствует полной ассимиляции лексем, фиксируя их на периферии языковой системы и ограничивая сферу употребления. Стилистическая маркированность выступает индикатором степени интеграции заимствования.

Полученные результаты вносят вклад в теорию межъязыкового взаимодействия, уточняя механизмы семантической адаптации и прагматической переориентации заимствованной лексики. Процесс культурного трансфера – диалог языков и культур, в котором исходная семантика, хотя и трансформируется, нередко оставляет устойчивый след в значении и употреблении слова.

Список источников

1. Иванов Д.И. О «константах культуры» в контексте теории когнитивно-прагматических программ (теоретический этюд) // МИРС. 2022. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-konstantah-kultury-v-kontekste-teorii-kognitivno-pragmaticheskih-programm-teoreticheskiy-etyud (дата обращения: 27.04.2026).
2. Орешкина М.В. Языковое заимствование // Социолингвистика. 2023. № 3 (15). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zaimstvovanie-yazykovoe (дата обращения: 27.04.2026).
3. Синжапова Р.Р. Теория концептуальной интеграции и лингвистические средства её выражения // Молодой учёный. 2019. № 2 (240). С. 393 – 395. URL: https://moluch.ru/archive/240/55520 (дата обращения: 27.04.2026).
4. Суперанская А.В. Теоретические основы практической транскрипции: монография / отв. ред. А.А. Реформатский. 2 е изд. Москва: URSS, 2017. 282 с.
5. Толковый словарь русского языка / под ред. С.И. Ожегова. URL: https://slovarozhegova.ru/ (дата обращения: 11.04.2026).
6. Фаткуллина Ф.Г., Сулейманова А.К. Тюркизмы в русской лингвокультуре // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2–1. URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=20435 (дата обращения: 11.04.2026).
7. Фасмер М.Р. Этимологический словарь русского языка. URL: https://rus-yaz.niv.ru/doc/etymological-dictionary/index-193.htm#abБИ. (дата обращения: 11.04.2026).
8. Юльмухаметова Э.Н., Хайруллина Р.Х. Использование тюркизмов в русской речи // Вестник науки. 2020. № 5 (26). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tyurkizmov-v-russkoy-rechi (дата обращения: 11.04.2026).
9. Юналеева Р.А. Опыт исследования заимствований: тюркизмы в русском языке сравнительно с другими славянскими языками. Казань: Издательство Казанского университета, 1982. 119 с.
10. Türk Dil Kurumu | Sözlük. – URL: https://sozluk.gov.tr/. (дата обращения: 11.04.2026). Название на турецком языке: «Турецкий языковой совет | Словарь».

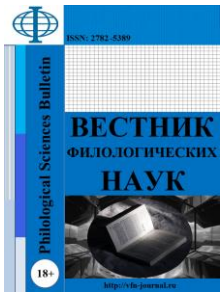
References

1. Ivanov D.I. On the "Constants of Culture" in the Context of the Theory of Cognitive-Pragmatic Programs (Theoretical Essay). MIRS. 2022. No. 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-konstantah-kultury-v-kontekste-teorii-kognitivno-pragmaticheskih-programm-teoreticheskiy-etyud (accessed: 27.04.2026).
2. Oreshkina M.V. Language Borrowing. Sociolinguistics. 2023. No. 3 (15). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zaimstvovanie-yazykovoe (accessed: 27.04.2026).
3. Sinzhapova R.R. Theory of Conceptual Integration and Linguistic Means of Its Expression. Young Scientist. 2019. No. 2 (240). P. 393 – 395. URL: https://moluch.ru/archive/240/55520 (accessed: 27.04.2026).
4. Superanskaya A.V. Theoretical Foundations of Practical Transcription: monograph. Ed. A.A. Reformatsky. 2nd ed. Moscow: URSS, 2017. 282 p.
5. Explanatory Dictionary of the Russian Language. Ed. S.I. Ozhegov. URL: https://slovarozhegova.ru/ (accessed: 11.04.2026).
6. Fatkullina F.G., Suleimanova A.K. Turkisms in Russian linguistic culture. Modern problems of science and education. 2015. No. 2–1. URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=20435 (accessed: 11.04.2026).
7. Vasmer M.R. Etymological dictionary of the Russian language. URL: https://rus-yaz.niv.ru/doc/etymological-dictionary/index-193.htm#abBI. (accessed: 11.04.2026).
8. Yulmukhametova E.N., Khairullina R.Kh. The use of Turkisms in Russian speech. Bulletin of Science. 2020. No. 5 (26). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tyurkizmov-v-russkoy-rechi (accessed: 11.04.2026).
9. Yunaleeva R.A. An Experience in Studying Borrowings: Turkisms in Russian in Comparison with Other Slavic Languages. Kazan: Kazan University Publishing House, 1982. 119 p.
10. Turkish Language Council | Dictionary. URL: https://sozluk.gov.tr/. (accessed: 11.04.2026).

Информация об авторах

Щербинина Х., *Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, hira.shcherbinina@mail.ru*

© Щербинина Х., 2026



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
https://vfn-journal.ru
2026, Том 6, № 6 / 2026, Vol. 6, Iss. 6 https://vfn-journal.ru/archives/category/publications
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 659.4
DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-292-302

[1] Яблонских А.В., [1] Кукса А.В.

[1] Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

Основы захвата внимания целевой аудитории в цифровой медиасреде

Аннотация: *предметом исследования в настоящей статье выступают когнитивные, психологические и нейробиологические механизмы первичного захвата внимания целевой аудитории в условиях цифровой медиасреды, характеризующейся высокой степенью информационной насыщенности и конкуренции за пользовательское внимание. В фокусе анализа находятся процессы селекции, переработки и приоритизации информации, определяющие эффективность коммуникационного воздействия в цифровых каналах. Особое внимание уделяется теоретическим моделям, объясняющим функционирование внимания, включая теорию селективного внимания, модель ограниченной пропускной способности и концепцию экономики внимания, а также их интеграции в практики медиакоммуникаций. В качестве предметной области также рассматриваются нейробиологические основания внимания, связанные с работой дофаминергической и норадренергической систем, механизмами эмоционального приоритета и поведенческими эффектами, такими как феномен FoMO. Таким образом, предмет исследования охватывает совокупность междисциплинарных факторов, определяющих успешность привлечения и удержания внимания аудитории в цифровой среде. Методологическую основу исследования составляет нарративный обзор и систематизация научных публикаций в области когнитивной психологии, нейронауки и медиакоммуникаций, дополненные сравнительным анализом теоретических моделей внимания и их интерпретацией применительно к цифровой медиасреде. Научная новизна исследования заключается в интеграции когнитивных, психологических и нейробиологических подходов в рамках единой аналитической модели, позволяющей объяснить механизмы первичного захвата внимания аудитории в цифровой медиасреде. В отличие от существующих работ, акцентирующих внимание преимущественно на отдельных аспектах (когнитивных или поведенческих), в статье предложен междисциплинарный синтез, связывающий теории селективного внимания, ограниченной пропускной способности и экономики внимания с нейробиологическими механизмами эмоциональной приоритизации и мотивационного подкрепления. Уточняется операциональное понимание рекламного контакта и демонстрируется значительное расхождение между декларируемыми и эмпирически фиксируемыми показателями, что подчеркивает необходимость стандартизации методик измерения. Сделан вывод о том, что эффективность первичного захвата внимания определяется не только содержательными характеристиками сообщения, но и его способностью активировать эмоционально значимые стимулы, связанные с новизной, салиентностью и эффектом FoMO. Показано, что устойчивое удержание внимания обеспечивается механизмами переменного подкрепления и эмоционального вовлечения, особенно в первые секунды контакта. Выявлено, что дезинформационные практики эксплуатируют данные механизмы, что усиливает их конкурентоспособность в цифровом медиапространстве.*

Ключевые слова: *внимание, целевая аудитория, когнитивные модели, экономика внимания, информационная перегрузка, селективное внимание, когнитивная нагрузка, нейробиология внимания, коммуникации, клиповое мышление*

Для цитирования: Яблонских А.В., Кукса А.В. Основы захвата внимания целевой аудитории в цифровой медиасреде // Вестник филологических наук. 2026. Том 6. № 6. С. 292 – 302. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-292-302

Поступила в редакцию: 20 апреля 2026 г.; Одобрена после рецензирования: 1 мая 2026 г.; Принята к публикации: 20 мая 2026 г.

[1] Yablonskikh A.V., [1] Kuksa A.V.

[1] Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia

Foundations of capturing target audience attention in the digital media environment

Abstract: *the subject of this study is the cognitive, psychological, and neurobiological mechanisms underlying the initial capture of target audience attention in the digital media environment, characterized by a high degree of information saturation and intense competition for user attention. The analysis focuses on the processes of selection, processing, and prioritization of information that determine the effectiveness of communication impact in digital channels. Particular attention is given to theoretical models explaining the functioning of attention, including selective attention theory, the limited capacity model, and the concept of the attention economy, as well as their integration into media communication practices. The subject area also encompasses the neurobiological foundations of attention, associated with the functioning of dopaminergic and noradrenergic systems, mechanisms of emotional salience, and behavioral effects such as the Fear of Missing Out (FoMO). Thus, the subject of the study covers a set of interdisciplinary factors determining the success of attracting and retaining audience attention in the digital environment. The methodological basis of the research consists of a narrative review and systematization of scientific publications in the fields of cognitive psychology, neuroscience, and media communications, supplemented by a comparative analysis of theoretical models of attention and their interpretation in the context of the digital media environment. The scientific novelty of the study lies in the integration of cognitive, psychological, and neurobiological approaches within a unified analytical framework that explains the mechanisms of initial audience attention capture in digital media. Unlike existing studies that primarily focus on isolated aspects (cognitive or behavioral), this article proposes an interdisciplinary synthesis linking theories of selective attention, limited capacity, and the attention economy with neurobiological mechanisms of emotional salience and motivational reinforcement. The operational definition of an advertising contact is refined, and a significant discrepancy between declared and empirically observed indicators is demonstrated, highlighting the need for standardization of measurement methodologies. It is concluded that the effectiveness of initial attention capture depends not only on the substantive characteristics of a message but also on its ability to activate emotionally salient stimuli associated with novelty, salience, and the FoMO effect. The study shows that sustained attention is maintained through mechanisms of variable reinforcement and emotional engagement, particularly within the first seconds of exposure. It is also revealed that disinformation practices exploit these mechanisms, thereby increasing their competitiveness in the digital media space.*

Keywords: *attention, target audience, cognitive models, attention economy, information overload, selective attention, cognitive load, neurobiology of attention, communications, clip thinking*

For citation: Yablonskikh A.V., Kuksa A.V. Foundations of capturing target audience attention in the digital media environment. Philological Sciences Bulletin. 2026. 6 (6). P. 292 – 302. DOI: 10.62257/2782-5329-2026-6-6-292-302

The article was submitted: April 20, 2026; Approved after reviewing: May 1, 2026; Accepted for publication: May 20, 2026.

Введение

Управление вниманием целевой аудитории является одной из центральных задач современных коммуникаций. В условиях максимальной цифровизации медиасреды и стремительных изменений, вызванных этой цифровизацией, приведших к росту количества источников и количества авторов контента и, как следствие, роста объёмов контента, максимально усиливается конкуренция за временные и когнитивные ресурсы человека. Поэтому умение целенаправленно привлекать, удерживать и направлять внимание пользователя приобретает стратегическое значение для всех участников медиарынка: издателей, рекламодателей, производителей контента, блогеров и инфлюенсеров. Изменения медиасреды привели к тому, что традиционные подходы к анализу внимания, сложившиеся в рамках когнитивной психологии и теории массовых коммуникаций, нуждаются в переосмыслении с учётом специфики цифровой среды.

Важно учитывать, что рост влияния платформ и повсеместного внедрения алгоритмов рекомендаций, в том числе обучаемых через LLM, наводнения систем персонализации контента и постоянная фрагментация информационного потока формируют принципиально новые условия конкуренции за внимание. Особенно актуально это стало с появлением и развитием генеративных моделей, благодаря которым появились инструменты автоматизированной генерации текста, визуальных образов и видео, которые позволяют создавать контент с минимальными издержками времени и ресурсов, а также делать его персонализированным.

Всё это в совокупности приводит к экспоненциальному росту количества контента, а в условиях хронической информационной перегрузки способность контента быстро и эффективно привлечь внимание аудитории становится критическим фактором коммуникативного успеха.

Проблема, рассматриваемая в настоящей статье, формулируется следующим образом: какие нейрокогнитивные и поведенческие механизмы определяют успешность первичного захвата внимания аудитории в цифровой медиасреде?

Материалы и методы исследований

Цель исследования – систематизировать актуальные научные данные о когнитивных и нейробиологических механизмах привлечения внимания и определить их применимость в условиях современной цифровой медиасреды.

Объект исследования – внимание целевой аудитории как компонент коммуникационного процесса.

Методологическую основу составляет нарративный обзор научных публикаций, научной литературы в областях когнитивной психологии, нейронауки, теории медиа и информационных систем.

Результаты и обсуждения

Современная цифровая среда характеризуется беспрецедентной конкуренцией за внимание пользователей. По данным Mediascope, в 2000 году на российском рынке было представлено около 7 категорий устройств для создания и потребления контента (телевизоры, видеомагнитофоны, компьютеры и др.), а в 2024 году их число выросло примерно до 24 категорий – от смартфонов и планшетов до очков виртуальной реальности и умных колонок.

Однозначно определить количество контента, который потребляет современный пользователь, – задача сложная и комплексная. Объём глобальных данных вырос с 2 зеттабайт в 2010 году до 64,2 зеттабайт в 2020-м, а к 2025 году прогнозировался на уровне 181 зеттабайт, что свидетельствует об экспоненциальном характере роста объёмов информации в Интернете. Значимую долю этого объёма данных занимает контент. Учитывая рост объёма контента, его возможность быстро и эффективно привлечь внимание аудитории становится критическим фактором коммуникативного успеха. В рамках данной статьи нас прежде всего интересует рекламный контент и оценка количества рекламных сообщений, с которыми сталкивается потребитель в течение дня. Это вопрос, вокруг которого на протяжении десятилетий циркулируют мифы и попытки дать объективную оценку.

Вопрос о количестве рекламных контактов, которым подвергается человек в течение дня, остаётся одним из наиболее дискуссионных в области рекламных исследований. На протяжении более трёх десятилетий активно использовалась цифра 1 500 рекламных воздействий в день, которая со временем округлялась до 1 600, 2 000, а в последние годы нередко преувеличивалась до 3 000. Рост источников и количества прежде всего рекламного контента пытаются измерить на протяжении долгого времени. Например, эксперимент журналиста Guardian в 2005 году предполагал ношение очков с камерой в стиле Google Glass в течение нескольких часов и поездку в лондонском метро. При анализе отснятого материала удалось получить такие цифры: за 90 минут Оуэн увидел 250 рекламных объявлений от более чем 100 брендов в 70 различных форматах. Число, которое он вспомнил без подсказки, – одно.

При этом цифра в 3 000 рекламных сообщений не имеет надёжного эмпирического обоснования. Согласно аналитическому обзору Американской ассоциации рекламных агентств (4A's), её источником послужило выступление Эдвина Эбела, вице-президента по рекламе компании General Foods, в 1957 году. Стремясь подчеркнуть масштаб рекламного давления, Эбел провёл собственную приблизительную оценку, носившую преимущественно спекулятивный характер. При этом изначально полученное число 1 518 относилось к совокупному рекламному воздействию на семью из четырёх человек, однако журналисты впоследствии стали приписывать его одному индивиду.

Первые систематические попытки измерить реальное число рекламных контактов были предприняты в 1960-х годах. В исследовании Бауэра и Грейзера (1968), в котором приняли участие около 1 500 респондентов, участникам предлагалось фиксировать рекламные сообщения, на которые они обратили хотя бы некоторое внимание, в четырёх основных медиа: журналах, газетах, радио и телевидении [1]. Результаты показали, что в среднем человек осознанно замечает около 76 рекламных объявлений за полный день бодрство-

вания. Адамс (1965), анализируя те же данные, отметил, что из этих 76 лишь 12 производили какое-либо впечатление на реципиента, причём три из них – негативное. Вместе с тем, если учитывать не только замеченные, но и потенциально доступные рекламные сообщения, Адамс оценил число возможных контактов в 560 за 16-часовой период.

В последующие годы исследователи применяли различные методологические подходы к оценке рекламных контактов. Вахслер из агентства BBDO (1970), сопоставляя данные о медиапотреблении с объёмом размещённой рекламы, получил оценку в 285 контактов для мужчин и 305 для женщин. Бритт, Адамс и Миллер (1972) использовали компьютерное моделирование на основе индивидуальных демографических характеристик, что позволило получить диапазон от 117 до 285 контактов для мужчин и от 161 до 484 для женщин. Более поздние данные TV Dimensions (2005) разграничивают потенциальные и фактические рекламные контакты, оценивая их в 294 и 157 соответственно. Оценку рекламного воздействия исследовали Уоткинс и соавторы [2] в рамках проекта Kids'Cam. В проекте использовали носимые камеры, которые крепились на одежду 90 детей в возрасте 11–13 лет в Новой Зеландии и автоматически делали снимки каждые 7 секунд на протяжении четырёх дней. Результаты показали, что дети подвергались воздействию в среднем 554 брендов за 10-часовой день – то есть практически один бренд в минуту.

Попытка эмпирической проверки широко распространённого утверждения о 1 500 рекламных контактах в день была предпринята Блэквеллом [3] в магистерской диссертации, выполненной в Университете Небраски в Омахе. Методом натуралистического наблюдения автор фиксировал все осознанно воспринятые рекламные сообщения одного испытуемого на протяжении семи дней. За неделю было зафиксировано 690 рекламных контактов. Это в среднем 98,5 в день, что более чем в 15 раз ниже мифической цифры 1 500. При этом автор подчеркнул, что рекламный контакт был практически неизбежен при любом потреблении медиа, однако пришёл к выводу, что без масштабного национального лонгитюдного исследования точные обобщения относительно рекламной экспозиции невозможны.

Таким образом, анализ эмпирических данных свидетельствует о том, что реальное число осознанных рекламных контактов для взрослого человека, по наиболее достоверным оценкам, находится в диапазоне от 76 до примерно 300 в день, тогда как объективно фиксируемое число рекламных воздействий (включая неосознанные) может достигать 550–700 и более, причём с развитием цифровых медиа этот показатель неуклонно растёт.

Интересные данные о цифровой рекламной экспозиции представлены в индустриальном исследовании компании Eskimi, проанализировавшей анонимизированные рекламные данные по 188 странам мира. Согласно полученным результатам, уровень ежедневного воздействия онлайн-рекламы существенно варьируется в зависимости от страны: от нескольких десятков показов до почти 1 600 в Науру, занимающем первое место в рейтинге. Исландия следует на втором месте с более чем 1 500 показами, Катар – на третьем с примерно 1 200. США занимают четвёртую позицию, за ними располагаются Япония, Канада, Франция и другие развитые рынки, а замыкает двадцатку Великобритания с 736 показами на одного пользователя в день. При этом во всех исследованных странах объём рекламы в мобильных приложениях значительно превышает рекламу на веб-сайтах. Вместе с тем авторы подчёркивают, что речь идёт о рекламных показах (ad placements), а не об осознанных контактах: с учётом феноменов «баннерной слепоты» и рекламной усталости реальное воздействие на потребителя существенно ниже формального числа показов.

Таким образом, анализ данных свидетельствует о том, что реальное число рекламных контактов значительно ниже широко тиражируемых в медиа оценок. Существенный разброс результатов объясняется не только различиями в методологии, но и принципиальным расхождением в определении самого понятия «рекламный контакт» – от осознанного восприятия до простого потенциального присутствия рекламного сообщения в информационном поле индивида.

Данное обстоятельство подчёркивает необходимость чёткого определения ключевых терминов при проведении подобных исследований.

Полученное количество рекламных контактов для взрослого человека и объективно фиксируемое число рекламных воздействий (включая неосознанные), которое может достигать 550–700, приводит нас к выводу, что даже по консервативным оценкам человек сталкивается с рекламой минимум раз в 12 минут, а по объективным замерам – примерно раз в полторы минуты. Это означает, что в течение дня у человека практически не бывает продолжительных периодов, свободных от рекламного воздействия.

Рассмотрим термин «внимание» как дефицитный ресурс. В 1890 году американский психолог Уильям Джеймс дал одно из первых определений внимания в психологии. Оно было опубликовано в трактате «Принципы психологии». Внимание – это «овладение сознанием в ясной и отчётливой форме одним из нескольких одновременно возможных объектов или потоков мысли». Это определение по сей день остаётся базовым для

когнитивной науки. В 1973 году лауреат Нобелевской премии Дэниел Канеман предложил концепцию внимания как умственного усилия [4] – ресурсную модель внимания. Он исходил из того, что значение имеет не столько расположение фильтра («узкого места»), сколько процесс обработки информации. Фундаментальным свойством внимания является его ограниченность: мозг располагает конечными когнитивными ресурсами и не способен одновременно полноценно обрабатывать несколько потоков информации. Согласно ресурсной модели внимания Канемана [4], внимание представляет собой процесс распределения ограниченного энергетического ресурса психики: несколько сложных раздражителей могут быстро истощить все доступные ресурсы, и на обработку дополнительной информации их попросту не останется.

Таким образом, внимание человека выступает как конечный ресурс, а его эффективное распределение становится не только когнитивной, но и экономической задачей. Именно эта логика лежит в основе концепции «экономики внимания».

Концепция «экономики внимания» была сформулирована Гербертом Саймоном в 1971 году: в информационно насыщенной среде дефицитным ресурсом становится не информация, а внимание её потребителей. Он отметил, что избыток информации порождает нехватку внимания, и первым распространил этот принцип на область экономики информации, показав, что рост объёма информации неизбежно порождает дефицит внимания. В книге «The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business» авторов Томаса Х. Дэвенпорта и Джона К. Бека, изданной в 2001 году издательством Harvard Business Press, авторы развили эту концепцию применительно к бизнес-контексту, описав внимание как «сфокусированное ментальное вовлечение в конкретный информационный объект» и доказав, что именно управление вниманием, а не управление информацией, является ключевым стратегическим ресурсом организации [5]. В современной цифровой среде конкуренция за внимание достигла системного масштаба. Шошана Зубофф в 2019 году описала этот феномен как «надзорный капитализм». Это экономическая система, в которой поведение пользователей является «топливом» или «сырьём» для производства поведенческих прогнозов, монетизируемых на рынках внимания [6].

Поэтому такие крупнейшие цифровые платформы, как Meta, Google, ByteDance, инвестируют миллиарды долларов именно в совершенствование механизмов захвата и удержания пользовательского внимания, понимая важность этого ограниченного ресурса [6].

С точки зрения нейронауки, первичный захват внимания обеспечивается несколькими взаимосвязанными системами мозга. Сенсорные рецепторы поставляют в нервную систему огромную массу информации (звуки, запахи, вкусовые ощущения, зрительные сигналы и др.), и некоторые из этих сигналов более важны, другие менее важны, а некоторые представляют собой бесполезный шум. Дональд Эрик Бродбент в 1958 году предложил модель избирательного внимания как «фильтра»: из общего потока сенсорных сигналов отбирается один канал на основе физических характеристик стимула, и лишь он передаётся для дальнейшей обработки [7]. А в 2000 году эту мысль развили Christopher D. Wickens (профессор-эмерит Университета Иллинойса, кафедра психологии) и Justin G. Hollands (адъюнкт-профессор Университета Торонто) в своей работе «Engineering Psychology and Human Performance» [8].

В своей первой роли «нейронный» фильтр из воспринимаемой информации отбирает определённые элементы для дальнейшей обработки, блокируя остальные. Этот отбор основан преимущественно на двух критериях: физической выраженности стимула (салиентности) и его эмоциональной значимости для субъекта. Так, ключевую роль в формировании первичного интереса к новому стимулу играет дофаминергическая система, обеспечивающая механизм предвкушения вознаграждения, в том числе информационного: ожидание нового контента активирует дофаминовые пути ещё до получения самого «вознаграждения», создавая мотивацию к поиску информации.

Именно этот механизм эксплуатируется при проектировании интерфейсов с бесконечной прокруткой и системами уведомлений: непредсказуемость получения «награды» (нового интересного контента) создаёт паттерн, аналогичный игровой зависимости.

Подобную же концепцию описывают в своей книге «На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки» Нир Эяль и Райан Хувер. Авторы описывают «модель крючка» – четырёхфазный цикл формирования привычки (TAVI):

- Trigger (триггер) – внешний (уведомление) или внутренний (скука, тревога);
- Action (действие) – открытие приложения, прокрутка;
- Variable Reward (переменное вознаграждение) – непредсказуемая «награда»: интересный пост, лайк, смешное видео;
- Investment (инвестиция) – лайк, комментарий, данные, которые улучшают будущие рекомендации.

Эти модели активно используют социальные сети и платформы.

Согласно нарративному обзору нейробиологических факторов риска проблемного использования социальных сетей [9], интернет-зависимое поведение характеризуется нарушениями метаболизма дофамина и серотонина, снижением плотности серого вещества в префронтальных областях коры, а также функциональными изменениями в зонах мозга, связанных с обработкой вознаграждения, – механизмами, аналогичными тем, что наблюдаются при химических и поведенческих зависимостях.

Особую роль в механизмах удержания аудитории в цифровой среде играет феномен страха упущенных возможностей (Fear of Missing Out, FoMO) – тревожное состояние, возникающее при восприятии того, что другие люди получают значимый опыт в отсутствие наблюдателя. В исследовании [10] с применением ЭЭГ в состоянии покоя показали, что FoMO имеет нейробиологическую основу: топология мозговых сетей в состоянии покоя статистически связана с выраженностью этого синдрома у пользователей социальных сетей. Примечательно, что данная связь носит опосредованный характер: между нейронной организацией мозга и FoMO находятся два последовательных медиатора – переживание одиночества и компульсивное использование социальных платформ.

Таким образом, цифровые медиа потенциально задействуют не только дофаминергические механизмы подкрепления, описанные выше, но и нейронные процессы, связанные с социальной принадлежностью и базовой потребностью в причастности.

Платформы, формирующие у пользователя ощущение непрерывно обновляемого социального контекста, который невозможно игнорировать без потерь, создают устойчивый цикл: тревога – обращение к платформе – временное облегчение – новая тревога, запуская этот цикл снова и снова. Предварительные данные указывают на то, что этот механизм может иметь нейробиологическую основу, однако для установления причинно-следственных связей между нейронной топологией и патологической вовлечённостью аудитории необходимы дальнейшие исследования.

Первое эмпирическое исследование FoMO было проведено Пшибыльски и соавторами в 2013 году на основе теории самодетерминации [21]. В этом исследовании авторы разработали и применили 10 вопросов про FoMO (FoMOs), в котором просили респондентов указать, насколько то или иное утверждение справедливо, где 1 означало «совершенно не обо мне», а 5 – «в высшей степени обо мне».

Примеры вопросов:

- Я опасаюсь, что другие люди получают более ценный опыт, чем я.
- Иногда я задаюсь вопросом, не трачу ли я слишком много времени на то, чтобы быть в курсе происходящего.
- Меня расстраивает, когда я упускаю возможность встретиться с друзьями.
- Меня расстраивает, когда я пропускаю запланированную встречу с друзьями.

На выборке из более чем 2 000 респондентов из разных стран (англоговорящих) удалось показать, что FoMO устойчиво коррелирует с повышенным использованием социальных сетей, более низкой удовлетворённостью жизни и потребностью поддерживать непрерывную связь с происходящим в социальном окружении.

В коммерческой практике механизм FoMO систематически эксплуатируется крупнейшими цифровыми платформами. Например, сервис бронирования отелей Booking.com регулярно использует комплексную FoMO-механику. На странице бронирования одновременно показывают три триггера: индикатор ограниченности предложения («Остался 1 номер!»), счётчик социального доказательства («26 человек сейчас смотрят этот отель») и временное давление («Цены скоро вырастут»).

Такое сочетание может активировать сразу несколько механизмов: страх потери (если не успею забронировать, последний номер заберут), восприятие дефицита и социальную валидацию (одновременно с тобой много людей смотрит этот же номер).

Аналогичные практики активно используются на российском рынке. Ярким примером служат маркетплейсы (например, Wildberries и Ozon), которые отображают индикаторы остатков товара («Осталось 3 товара по этой цене»), побуждая пользователя завершить покупку до исчерпания предложения. Дополнительно в 2024–2025 годах Wildberries начал тестирование таймера обратного отсчёта непосредственно в корзине покупателя: над ценой товара отображается таймер оставшегося времени акции, а ниже – цена, которая будет установлена после её завершения. Учитывая, что ежемесячная аудитория Wildberries превышает 80 млн пользователей (по данным Mediascope), данные механики представляют собой масштабную эксплуатацию FoMO на российском цифровом рынке.

Схожие механики применяет сервис Яндекс.Такси, используя динамическое ценообразование (surge pricing) и транслируя пользователю сообщение «Повышенный спрос – цена может вырасти». Этот приём использует FoMO-механику: если не закажешь сейчас по текущей цене, через минуту будет дороже.

Параллельно с дофаминергической системой в захвате внимания участвует норадренергическая система. Она реагирует на новизну и неожиданность стимулов, обеспечивая ориентировочный рефлекс – непроизвольный поворот внимания к новому объекту [11]. Это объясняет, почему контент, нарушающий ожидания аудитории, обладает повышенной способностью захватывать внимание.

Психологическая теория ориентировочного рефлекса, разработанная И.П. Павловым [12], описывает ориентировочный рефлекс как автоматическую реакцию организма на новый или неожиданный стимул – поворот головы, настораживание, фокусировку внимания. Павлов назвал его рефлексом «Что такое?». Дальнейшее развитие эта теория получила в работах Е.Н. Соколова [13], который разработал нейронную модель ориентировочного рефлекса и показал, что мозг формирует внутреннюю «нервную модель стимула»: ориентировочный рефлекс возникает именно при рассогласовании нового стимула с этой моделью, а при повторении стимула рефлекс угасает.

Современная когнитивная нейронаука подтверждает и существенно расширяет эти положения: Ранганат и Райнер [14], обобщив четыре десятилетия нейронаучных исследований, показали, что обнаружение новизны задействует несколько областей мозга, включая префронтальную кору, гиппокамп и миндалину, а нейронные механизмы подавления повторяющихся стимулов и усиленного ответа на новые обеспечивают не только переориентацию внимания, но и более глубокое запоминание нового события. Таким образом, мозг автоматически переориентирует внимание на любой стимул, нарушающий предсказуемый сенсорный поток.

В контексте цифрового контента это означает: элемент визуального, нарративного или информационного отличия от ожидания аудитории является первичным триггером захвата внимания. Но с течением времени может стать обычным и больше внимания не привлекать.

Экспериментальные данные указывают на необходимость разграничения новизны и нарушения ожиданий как механизмов захвата внимания.

Так, в эксперименте Хьюза, Вашона и Джонса (2012) [22] было показано, что захват внимания не возникал при первом появлении нового стимула (то есть при простой новизне), а проявлялся только тогда, когда сформировавшееся ожидание определённого паттерна нарушалось. Исследователи пришли к выводу, что новизна не захватывает внимание сама по себе. Если при первом появлении был нерелевантный контексту материал (даже если он был абсолютно новым), захвата внимания не происходило. Захват возникает только при нарушении уже сформированного ожидания.

В одном из экспериментов захват возник только на 6-й пробе, когда голос впервые сменился. Эксперимент состоял из 90 проб, разделённых на 18 «квинтетов» по 5 проб. Каждый квинтет сопровождался одним типом голоса – женским или мужским. Квинтеты чередовались: первые 5 проб – женский голос, следующие 5 – мужской, затем снова женский.

Первый квинтет (пробы 1–5) был тестом на новизну. На самой первой пробе эксперимента участники впервые слышали нерелевантную последовательность. Она была абсолютно новой – никакой нейронной модели этого стимула ещё не существовало. Однако никакого снижения точности на первой пробе по сравнению с остальными пробами квинтета не наблюдалось. Результативность была стабильной на протяжении всех 5 проб первого квинтета. Это означает, что чистая новизна стимула не вызвала захвата внимания.

Второй квинтет (пробы 6–10) – тест на нарушение ожиданий. На 6-й пробе голос впервые сменился (с женского на мужской). К этому моменту за 5 проб у участников сформировалось ожидание: «нерелевантная последовательность произносится женским голосом». Смена на мужской голос нарушила это ожидание. Результат: резкое падение точности воспроизведения на позиции 1 второго квинтета, с последующим восстановлением на позициях 2–5. По мере того как участники проходили через всё новые квинтеты, паттерн «голос меняется каждые 5 проб» сам становился предсказуемым. В результате захватывающая сила смен голоса ослабевала. После примерно 4-го квинтета эффект смены практически исчезал – мозг «усвоил» правило высшего порядка.

Это подводит нас к выводу, что предсказуемость гасит захват. Когда паттерн смен стал ожидаемым, эффект ослаб. Когда регулярность самих нарушений становилась предсказуемой, эффект захвата ослабевал и восстанавливался лишь при нарушении этой предсказуемости «второго порядка». Таким образом, критическим фактором захвата внимания является именно рассогласование с ожиданием, а не новизна стимула как таковая [22].

Нейрофизиологическое подтверждение этого механизма в контексте цифровой рекламы получено в исследовании Рейер и Янковски (2017) [23], где с помощью ЭЭГ измерялась активность мозга при прерывании когнитивных процессов онлайн-рекламой.

Результаты показали, что рекламные вставки, прерывающие текущую задачу пользователя, вызывают измеримые изменения в паттернах фронтальной асимметрии, связанных как с мотивацией приближения,

так и с раздражением. Авторы подчёркивают, что уровень интрузивности рекламы (низкая интрузивность – баннер сбоку страницы, который можно не замечать; высокая интрузивность – полноэкранная видеореклама, всплывающая поверх контента и блокирующая доступ к нему на 15 секунд) необходимо выбирать с осторожностью, поскольку чрезмерно навязчивая реклама может вызвать реакцию, противоположную ожидаемой рекламодателем.

Практическая демонстрация эффективности нарушения ожиданий представлена кейсом компании Coinbase на Super Bowl 2022. Компания разместила 60-секундный ролик, содержавший исключительно цветной QR-код, движущийся по чёрному экрану. В ролике не было голосового сопровождения и знаменитостей. Отсутствовал привычный брендинг до финальных секунд ролика. Подобный видеоряд в контексте рекламного блока, который обычно насыщен дорогостоящими постановочными роликами, представлял собой радикальное нарушение зрительских ожиданий. Результат демонстрации ролика – более 20 миллионов обращений к рекламируемому сайту через сканирования кода за одну минуту. Рост рейтинга приложения с 186-й на 2-ю позицию в App Store. Ролик получил награду Clio Awards как лучшая реклама Super Bowl.

На российском рынке систематическое применение нарушения ожиданий часто реализует компания Burger King, чьи провокационные слоганы неоднократно становились предметом разбирательств ФАС, но при этом обеспечивали большой охват аудитории.

Применительно к коммуникациям в медиа данный принцип реализуется через концепцию «хука» (hook). Это самый первый (изначальный) элемент контента, основная задача которого состоит в быстром создании когнитивного напряжения.

Исследования динамики просмотра онлайн-видео убедительно свидетельствуют о том, что начальные секунды контента играют определяющую роль в последующем удержании аудитории.

Масштабное эмпирическое исследование Guo, Kim и Rubin (2014), проведённое на материале 6,9 миллиона сессий просмотра на платформе edX, установило, что вовлечённость аудитории резко снижается при наличии развёрнутых вводных фрагментов и что длина видео обратно пропорциональна доле досмотревших его до конца [15].

Параллельное исследование паттернов отказов внутри видео (Kim et al., 2014) показало, что уход зрителей носит неравномерный характер: наиболее интенсивный отток фиксируется именно в начальной части материала, тогда как аудитория, преодолевшая этот порог, демонстрирует существенно более высокую досматриваемость [16].

Совокупность этих данных указывает на то, что первые секунды видео функционируют как критический фильтр, предопределяющий поведение зрителя на всём протяжении просмотра.

Эмоциональные стимулы привлекают внимание с приоритетом перед нейтральными вне зависимости от их смыслового содержания. Это связано с тем, что в мозге существуют механизмы, сформированные в ходе эволюции, которые позволяют быстро реагировать на потенциально важные или опасные сигналы. В работе Арне Эмана и Сьюзан Минеки [17] обосновывается идея о существовании своеобразного «модуля страха», который автоматически активируется при восприятии угрожающих стимулов. Экспериментальные данные подтверждают, что эмоциональные слова, изображения или лица получают приоритет в обработке, даже если они не связаны с текущей задачей. При восприятии эмоциональных стимулов активируется миндалина – структура мозга, отвечающая за обработку эмоций. Это может происходить до того, как человек полностью осознает смысл увиденного.

В исследовании онлайн-видеоинфотейнмента Дай и Ван от 2023 года, опубликованном в Humanities and Social Sciences Communications [18], на основе анализа данных по более чем 500 роликам было установлено, что контент с выраженной позитивной и негативной эмоциональной окраской достоверно превосходит нейтральный контент по всем четырём измерениям внимания аудитории: широте, глубине, вовлечённости и валидности. Особенно значимым оказался эффект «сенсационных заголовков» и нарративного сторителлинга. Вирусное распространение эмоционально заряженного контента было систематически исследовано в 2018 году на выборке из 126 000 новостных публикаций. Исследование проводили Сороуш Восуги, Деб Рой и Синан Арал. Результаты исследований были опубликованы в работе «The spread of true and false news online» в журнале Science [19]. В исследовании было проанализировано распространение проверенных правдивых и ложных новостных сообщений в социальной сети Twitter за период 2006–2017 гг. Эмпирическая база включала около 126 000 новостных сообщений, которые были опубликованы приблизительно 3 миллионами пользователей и ретранслированы более 4,5 миллиона раз.

Результаты анализа показали, что ложные сообщения распространялись статистически значимо дальше, быстрее, глубже и шире по сравнению с правдивыми во всех исследованных тематических категориях. Наиболее выраженный эффект наблюдался в отношении политических новостей, где различия между лож-

ной и достоверной информацией были максимальными. В категориях, связанных с терроризмом, стихийными бедствиями, наукой, городскими легендами и финансовой тематикой, эффект также сохранялся, однако был менее интенсивным [19].

Интересным примером использования принципа эмоционального захвата и возбуждения может послужить компания Pims. В июне 2025 года российская сеть чайных Pims опубликовала ролик, в котором мужчина агрессивно «обыскивает» девушку на улице. Ролик позиционировался как пользовательский контент, снятый посетителем заведения. Результат: за шесть дней кампанию упомянули в 1 708 публикациях с суммарной вовлечённостью 1,1 млн взаимодействий и 20,8 млн просмотров по данным компании Sidorin Lab. Ролик безусловно захватил внимание, однако реакция аудитории оказалась крайне негативной.

Ролик вышел в момент, когда москвички массово жаловались на домогательства в центре города. Этот контекст многократно усилил негативную реакцию. По данным Sidorin Lab, 60,6 % аудитории расценили содержание ролика как демонстрацию домогательств, а рейтинг заведений на 2ГИС упал с 4,2–4,4 до 3,3 – пользователи массово снижали оценки и заявляли о бойкоте.

К другому примеру подобной стратегии можно отнести кейс сети «ВкусВилл», которая в 2021 году опубликовала рекламный материал с социально-поляризующим контентом. Материал разделил аудиторию на два лагеря и обеспечил огромный охват публикации. Компания получила резонанс как в поддерживающих, так и в осуждающих аудиториях, волну подхватили СМИ. Однако под давлением негативных комментариев бренд удалил пост и опубликовал извинения, чем разочаровал обе стороны дискуссии. Кейс показывает: эмоциональный захват через социально заряженную тему действительно работает как механизм привлечения внимания, однако требует от бренда готовности выдерживать последствия поляризации, а не отступать под давлением одной из сторон.

Выводы

Проведённый анализ позволяет сформулировать следующие выводы.

1. Эмпирические данные опровергают широко тиражируемые оценки рекламной экспозиции (1 500–3 000 контактов в день): реальное число осознанных рекламных контактов составляет от 76 до 300 в день, а объективно фиксируемое – до 550–700, что при 16-часовом дне бодрствования означает контакт с рекламой не реже одного раза в 12 минут. Существенный разброс оценок указывает на необходимость унификации операционального определения «рекламного контакта» в будущих исследованиях.
2. Первичный захват внимания в цифровой медиасреде определяется сочетанием нейрокогнитивных механизмов селективной фильтрации и эмоциональной приоритизации стимулов. Ограниченность когнитивных ресурсов обуславливает конкурентную модель распределения внимания, при которой преимущество получают стимулы, обладающие новизной, заметностью (салиентностью) и эмоциональной значимостью.
3. Данные подтверждают, что эмоционально насыщенный контент имеет приоритет в обработке даже до осознанной реакции. Следовательно, в условиях информационной перегрузки эффективные коммуникационные стратегии должны учитывать не только содержательную ценность сообщения, но и его эмоциональную и психологическую релевантность.
4. Устойчивое удержание внимания формируется через сочетание новизны, эмоционального возбуждения и переменного подкрепления. Эмпирические исследования онлайн-видео показывают критическую роль начальных секунд как «фильтра досматриваемости».
5. В этом контексте особую актуальность приобретает проблема фейковых новостей: дезинформационные сообщения зачастую намеренно конструируются с опорой на эмоциональную гиперболизацию, сенсационность и эффект новизны, что обеспечивает им повышенную способность к первичному захвату внимания.

Список источников

1. Bauer R.A., Greyser S.A. Advertising in America: the consumer view. Boston: Harvard University, Graduate School of Business Administration, 1968. 473 p.

2. Watkins L., Gage R., Smith M., McKerchar C., Aitken R., Signal L. An objective assessment of children's exposure to brand marketing in New Zealand (Kids'Cam): a cross-sectional study // The Lancet Planetary Health. 2022. Vol. 6. No. 2. P. e132 – e138. DOI: 10.1016/S2542-5196(21)00290-4.

3. Blackwell M. Branded, Bombarded and Besieged: Advertising Exposure and the "Average" Consumer: Master's thesis. Omaha: University of Nebraska at Omaha, 2007. 55 p. URL: https://digitalcommons.unomaha.edu/studentwork/1546/ (дата обращения: 01.03.2026).

4. Kahneman D. Attention and Effort. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1973. 246 p.

5. Davenport T.H., Beck J.C. The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business. Boston: Harvard Business Press, 2001. 272 p.

6. Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York: PublicAffairs, 2019. 704 p.

7. Broadbent D.E. Perception and Communication. London: Pergamon Press, 1958. 338 p.

8. Wickens C.D., Hollands J.G. Engineering Psychology and Human Performance. 3rd ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2000. 573 p.

9. Tereshchenko S.Yu. Neurobiological risk factors for problematic social media use as a specific form of Internet addiction: A narrative review // World Journal of Psychiatry. 2023. Vol. 13. No. 5. P. 160 – 173. DOI: 10.5498/wjp.v13.i5.160.

10. Yin Y., Cai X., Ouyang M. FoMO and the brain: Loneliness and problematic social networking site use mediate the association between the topology of the resting-state EEG brain network and fear of missing out // Computers in Human Behavior. 2023. Vol. 141. Art. 107624. DOI: 10.1016/j.chb.2022.107624.

11. Aston-Jones G., Cohen J.D. An integrative theory of locus coeruleus-norepinephrine function: Adaptive Gain and Optimal Performance // Annual Review of Neuroscience. 2005. Vol. 28. P. 403 – 450. DOI: 10.1146/annurev.neuro.28.061604.135709.

12. Павлов И.П. Лекции о работе больших полушарий головного мозга. 2-е изд. Москва; Ленинград: Государственное издательство, 1927. 372 с.

13. Соколов Е.Н. Восприятие и условный рефлекс. Москва: Издательство Московского университета, 1958. 333 с.

14. Ranganath C., Rainer G. Neural mechanisms for detecting and remembering novel events // Nature Reviews Neuroscience. 2003. Vol. 4. P. 193 – 202. DOI: 10.1038/nrn1052.

15. Guo P.J., Kim J., Rubin R. How video production affects student engagement: An empirical study of MOOC videos // Proceedings of the 1st ACM Conference on Learning @ Scale. Atlanta, 2014. P. 41 – 50. DOI: 10.1145/2556325.2566239.

16. Kim J., Guo P.J., Seaton D.T., Mitros P., Gajos K.Z., Miller R.C. Understanding in-video dropouts and interaction peaks in online lecture videos // Proceedings of the 1st ACM Conference on Learning @ Scale. Atlanta, 2014. P. 31 – 40. DOI: 10.1145/2556325.2566237.

17. Öhman A., Mineka S. Fears, Phobias, and Preparedness: Toward an Evolved Module of Fear and Fear Learning // Psychological Review. 2001. Vol. 108. No. 3. P. 483 – 522. DOI: 10.1037/0033-295X.108.3.483.

18. Dai X., Wang J. Effect of online video infotainment on audience attention // Humanities and Social Sciences Communications. 2023. Vol. 10. Art. 421. DOI: 10.1057/s41599-023-01921-6.

19. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // Science. 2018. Vol. 359. No. 6380. P. 1146 – 1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.

20. Водопетов С.В. Дата-проект в журналистике больших данных: учебно-методическое пособие. Москва: ООО «Лайдер Принт», 2026. 60 с.

21. Przybylski A.K., Murayama K., DeHaan C.R., Gladwell V. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out // Computers in Human Behavior. 2013. Vol. 29. No. 4. P. 1841 – 1848. DOI: 10.1016/j.chb.2013.02.014.

22. Vachon F., Hughes R. W., Jones D. M. Broken expectations: Violation of expectancies, not novelty, captures auditory attention // Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition. 2012. Vol. 38. No. 1. P. 164 – 177. DOI: 10.1037/a0025054.

23. Rejer I., Jankowski J. Brain activity patterns induced by interrupting the cognitive processes with online advertising // Cognitive Processing. 2017. Vol. 18. No. 4. P. 419 – 430. DOI: 10.1007/s10339-017-0815-8.

References

1. Bauer R.A., Greyser S.A. Advertising in America: the consumer view. Boston: Harvard University, Graduate School of Business Administration, 1968. 473 p.

2. Watkins L., Gage R., Smith M., McKerchar C., Aitken R., Signal L. An objective assessment of children's exposure to brand marketing in New Zealand (Kids'Cam): a cross-sectional study. The Lancet Planetary Health. 2022. Vol. 6. No. 2. P. e132 – e138. DOI: 10.1016/S2542-5196(21)00290-4.

3. Blackwell M. Branded, Bombarded and Besieged: Advertising Exposure and the "Average" Consumer: Master's thesis. Omaha: University of Nebraska at Omaha, 2007. 55 p. URL: https://digitalcommons.unomaha.edu/studentwork/1546/ (accessed: 01.03.2026).

4. Kahneman D. Attention and Effort. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1973. 246 p.

5. Davenport T.H., Beck J.C. The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business. Boston: Harvard Business Press, 2001. 272 p.

6. Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York: PublicAffairs, 2019. 704 p.

7. Broadbent D.E. Perception and Communication. London: Pergamon Press, 1958. 338 p.

8. Wickens C.D., Hollands J.G. Engineering Psychology and Human Performance. 3rd ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2000. 573 p.

9. Tereshchenko S.Yu. Neurobiological risk factors for problematic social media use as a specific form of Internet addiction: A narrative review. World Journal of Psychiatry. 2023. Vol. 13. No. 5. P. 160 – 173. DOI: 10.5498/wjp.v13.i5.160.

10. Yin Y., Cai X., Ouyang M. FoMO and the brain: Loneliness and problematic social networking site use mediate the association between the topology of the resting-state EEG brain network and fear of missing out. Computers in Human Behavior. 2023. Vol. 141. Art. 107624. DOI: 10.1016/j.chb.2022.107624.

11. Aston-Jones G., Cohen J.D. An integrative theory of locus coeruleus-norepinephrine function: Adaptive Gain and Optimal Performance. Annual Review of Neuroscience. 2005. Vol. 28. P. 403 – 450. DOI: 10.1146/annurev.neuro.28.061604.135709.

12. Pavlov I.P. Lectures on the work of the cerebral hemispheres. 2nd ed. Moscow; Leningrad: State Publishing House, 1927. 372 p.

13. Sokolov E.N. Perception and Conditioned Reflex. Moscow: Moscow University Publishing House, 1958. 333 p.

14. Ranganath C., Rainer G. Neural mechanisms for detecting and remembering novel events. Nature Reviews Neuroscience. 2003. Vol. 4. P. 193 – 202. DOI: 10.1038/nrn1052.

15. Guo P.J., Kim J., Rubin R. How video production affects student engagement: An empirical study of MOOC videos. Proceedings of the 1st ACM Conference on Learning @ Scale. Atlanta, 2014. P. 41 – 50. DOI: 10.1145/2556325.2566239.

16. Kim J., Guo P.J., Seaton D.T., Mitros P., Gajos K.Z., Miller R.C. Understanding in-video dropouts and interaction peaks in online lecture videos. Proceedings of the 1st ACM Conference on Learning @ Scale. Atlanta, 2014. P. 31 – 40. DOI: 10.1145/2556325.2566237.

17. Öhman A., Mineka S. Fears, Phobias, and Preparedness: Toward an Evolved Module of Fear and Fear Learning. Psychological Review. 2001. Vol. 108. No. 3. P. 483 – 522. DOI: 10.1037/0033-295X.108.3.483.

18. Dai X., Wang J. Effect of online video infotainment on audience attention. Humanities and Social Sciences Communications. 2023. Vol. 10. Art. 421. DOI: 10.1057/s41599-023-01921-6.

19. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. Science. 2018. Vol. 359. No. 6380. P. 1146 – 1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.

20. Vodopetov S.V. Data project in big data journalism: a teaching aid. Moscow: OOO Laider Print, 2026. 60 p.

21. Przybylski A.K., Murayama K., DeHaan C.R., Gladwell V. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. Computers in Human Behavior. 2013. Vol. 29. No. 4. P. 1841 – 1848. DOI: 10.1016/j.chb.2013.02.014.

22. Vachon F., Hughes R.W., Jones D.M. Broken expectations: Violation of expectations, not novelty, captures auditory attention. Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition. 2012. Vol. 38. No. 1. P. 164 – 177. DOI: 10.1037/a0025054.

23. Rejer I., Jankowski J. Brain activity patterns induced by interrupting the cognitive processes with online advertising. Cognitive Processing. 2017. Vol. 18. No. 4. P. 419 – 430. DOI: 10.1007/s10339-017-0815-8.

Информация об авторах

Яблонских А.В., *кандидат филологических наук, доцент кафедры массовых коммуникаций Филологического факультета Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6, 8443344@gmail.com*

Кукса А.В., *преподаватель филологического факультета Российского университета дружбы народов им. П. Лумумбы, Генеральный директор; ООО "САЛО", Россия, г. Москва, Басманный р-н, Армянский пер., д. 9, стр. 1*

© Яблонских А.В., Кукса А.В., 2026