



БелГУ  
Белгородский  
государственный  
национальный  
исследовательский  
университет

ISSN 2712-7451 (online)



НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

# ВОПРОСЫ ЖУРНАЛИСТИКИ, ПЕДАГОГИКИ, ЯЗЫКОЗНАНИЯ

SCIENTIFIC JOURNAL

# ISSUES IN JOURNALISM, EDUCATION, LINGUISTICS

16+

2025 . Том 44, № 1

# ВОПРОСЫ ЖУРНАЛИСТИКИ, ПЕДАГОГИКИ, ЯЗЫКОЗНАНИЯ

2025. Том 44, № 1

До 2020 г. журнал издавался под названием «Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки».

Основан в 1995 г. Журнал включен в Перечень ВАК рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук (5.8 – Науки об образовании: 5.8.1, 5.8.7; 5.9 – Филология: 5.9.5, 5.9.6, 5.9.7, 5.9.8, 5.9.9). Журнал зарегистрирован в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ).

**Учредитель:** Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет».

**Издатель:** НИУ «БелГУ». Адрес издателя: 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85.

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА

### Главный редактор

*Прохорова О.Н.*, доктор филологических наук, профессор, директор института межкультурной коммуникации и международных отношений НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

### Ведущий редактор

*Ерошенкова Е.И.*, доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики педагогического института НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

### Заместители главного редактора:

*Короченский А.П.*, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

*Ерошенкова Е.И.*, доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики педагогического института НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

*Багана Ж.*, доктор филологических наук, профессор кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации института межкультурной коммуникации и международных отношений НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

### Ответственный секретарь

*Тарасова С.И.*, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики педагогического института НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

### Члены редколлегии:

*Александрова О.В.*, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой английского языкознания филологического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва, Россия)

*Асташова Н.А.*, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой художественного воспитания Брянского государственного университета им. И.Г. Петровского (г. Брянск, Россия)

*Ахмедова Лала Фарман кызы*, доктор филологических наук, профессор, заведующая отделом «Страны Центральной Азии» Института востоковедения Национальной Академии Наук Азербайджана (г. Баку, Азербайджан)

*Белозерцев Е.П.*, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры общей и социальной педагогики Воронежского государственного педагогического университета (г. Воронеж, Россия)

*Дускаева Л.Р.*, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой медиалингвистики Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, руководитель комиссии медиалингвистики при Международном комитете славистики (г. Санкт-Петербург, Россия)

*Жиро К.*, доктор философии, профессор Барселонского Автономного университета, директор Департамента средств массовой информации, коммуникации и культуры (г. Барселона, Испания)

*Ирхин В.Н.*, доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики Национального государственного университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта (г. Санкт-Петербург, Россия)

*Исаев И.Ф.*, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры педагогики педагогического института НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

*Людвиг Х.*, доктор философии, профессор института педагогики Вестфальского университета им. Вильгельма (г. Мюнстер, Германия)

*Нагорный И.А.*, доктор филологических наук, профессор, профессор института иностранных языков Цицилинского университета (г. Чанчунь, Китай)

*Перси У.*, доктор филологии, профессор Университета Бергамо (г. Бергамо, Италия)

*Подымова Л.С.*, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой психологии образования Московского педагогического государственного университета (г. Москва, Россия)

*Полонский А.В.*, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики НИУ «БелГУ» (г. Белгород, Россия)

*Порхомовский В.Я.*, доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник Института языкознания РАН (г. Москва, Россия)

*Риё Ж.*, доктор филологических наук, профессор кафедры французского языка и литературы Университета София Антиполис (г. Ницца, Франция)

*Стоянова Е.В.*, доктор филологии, профессор, заведующий кафедрой русского языка Шуменского университета им. Епископа Константина Преславского (г. Шумен, Болгария)

*Ушакова С.В.*, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций НИУ «БелГУ»

ISSN 2712-7451

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77-77958 от 19.02.2020. Выходит 4 раза в год. Выпускающий редактор Ю.В. Мишенина. Редактура, компьютерная верстка и оригинал-макет О.Г. Томусяк. Редактор англоязычных текстов Е.С. Данилова. Гарнитуры Times New Roman, Arial, Impact. Уч.-изд. л. 25.6. Дата выхода 30.03.2025. Оригинал-макет подготовлен центром полиграфического производства НИУ «БелГУ». Адрес: 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

- 5 **Быков И.А., Медведева М.В., Шарахина Л.В.**  
Медиаграмотность как актуальная компетенция в пространстве цифровых коммуникаций с использованием технологий искусственного интеллекта
- 15 **Дёмина А.Е.**  
Деструктивные процессы в системе русскоязычных печатных СМИ Латвии начала XXI века: социополитический и медиалингвистический анализ
- 27 **Корнышева П.Е., Карпенко И.И.**  
UGC в telegram-каналах средств массовой информации. Опыт белгородских интернет-изданий
- 37 **Луканина М.В.**  
Формирование стратегии государственной кризисной коммуникации с учетом культурного измерения дистанции власти
- 48 **Скатова Е.О., Говорухина Ю.А.**  
Инструменты привлечения внимания аудитории к реалити-шоу «Битва экстрасенсов»
- 60 **Тимербулатов Т.И., Макеенко М.И.**  
Реакция аудитории на использование дополненной реальности в контенте аудиовизуальных спортивных медиа
- 76 **Шелгинская В.А.**  
Интегрированный и интегративный принципы построения информационно-коммуникативной системы при взаимодействии с аудиторией

### ПЕДАГОГИКА

- 87 **Ильинская И.П., Болгова А.В.**  
Диагностика формирования эстетических ценностных ориентаций у будущих педагогов начального образования
- 99 **Ирхин В.Н., Ирхина И.В., Макотрова Г.В.**  
Развитие педагогических взглядов П.Ф. Лесгафта на проблему воспитания здорового человека
- 110 **Шевченко С.А., Кузьмина Е.В., Трунина В.Ф.**  
Приоритеты студентов поколения Z: доминирующие компоненты процесса обучения в вузе

### ЯЗЫКОЗНАНИЕ

- 126 **Vogdanova M.D.**  
Nigerian and British Media Texts as the Result of Language and Culture Symbiosis
- 138 **Голубцова Е.В.**  
Языковые средства манипуляции западных СМИ при формировании образа России (на материале BBC Hindi и Deutsche Welle Hindi)
- 150 **Долгополова Л.А., Яковлева Е.П.**  
Заголовки политических ток-шоу как средства ориентирующего и суггестивного воздействия на массовую аудиторию (на материале английского языка)
- 161 **Школьникова О.Ю., Жевлакова П.Г., Кривчикова Н.Л.**  
Характерные особенности развития словарного состава тунисского варианта французского языка на примере семантического поля «религия»
- 169 **Ковыршина Е.О., Кукшинова Е.Н.**  
Репрезентация положительной оценки в интернет-отзывах студентов о британских университетах
- 184 **Лю Ш.**  
Герменевтическая составляющая лингвистического образования в цифровую эпоху
- 194 **Nikitina M.Yu., Garagulya S.I., Kugan E.I., Svezhentseva I.B.**  
Peculiarities of French Verbs of Motion Based on their Aspectual Characteristics of Telicity/Atelicity
- 202 **Пэнбо Ч., Яковлева Е.С., Бунина К.С.**  
Национально-культурные особенности яньюй и пословиц с компонентом «огонь»
- 211 **Пойменова А.С.**  
Реализация лингвopsихологического типа «плут» в цикле произведений П.Г. Вудхауса
- 221 **Чижова А.О.**  
Метафора и метонимия в дискурсе Жака Лакана
- 230 **Чиковани Т.В.**  
Сравнительно-сопоставительная модель когнитивной доминанты «российские святые» в проповедях свт. Луки Симферопольского и Крымского и свт. Иоанна Шанхайского и Сан-Францисского

# ISSUES IN JOURNALISM, EDUCATION, LINGUISTICS

## 2025. Volume 44, No. 1

*Until 2020, the journal was published with the name "Belgorod State University Scientific bulletin. Humanities series".*

Founded in 1995

The journal is included into the List of Higher Attestation Commission of peer-reviewed scientific publications where the main scientific results of dissertations for obtaining scientific degrees of a candidate and doctor of science should be published (5.8 – Educational sciences: 5.8.1, 5.8.7; 5.9 – Philology: 5.9.5, 5.9.6, 5.9.7, 5.9.8, 5.9.9). The journal is introduced in Russian Science Citation Index (PVIHL).

**Founder:** Federal state autonomous educational establishment of higher education "Belgorod State National Research University".

**Publisher:** Belgorod State National Research University "BelSU".

Address of publisher: 85 Pobeda St, Belgorod, 308015, Russia.

### EDITORIAL BOARD OF JOURNAL

#### Chief Editor

*Prokhorova, O.N.*, Doctor of Philology, Professor, Director of the Institute of Intercultural Communication and International Relations (Belgorod, Russia)

#### Commissioning editor

*Eroshenkova, E.I.*, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Pedagogy of the Pedagogical Institute, Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)

#### Deputies of chief editor:

*Korochensky, A.P.*, Doctor of Philological Sciences, Professor, Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)

*Eroshenkova, E.I.*, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Pedagogy of the Pedagogical Institute, Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)

*Baghana, J.*, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Romance and Germanic Philology and Intercultural Communication of the Institute of Intercultural Communication and International Relations, Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)

#### Executive secretary

*Tarasova, S.I.*, Associated Professor of the Department of Pedagogy, Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)

#### Members of Editorial Board:

*Aleksandrova, O.V.*, Doctor of Philological Sciences, Professor, Head of the Department of English linguistics of the philological faculty of Lomonosov Moscow state University, (Moscow, Russia)

*Astashova, N.A.*, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Art Education of the I.G. Petrovsky Bryansk State University (Bryansk, Russia)

*Akhmedova Lala Farman kyzy*, Head of Central Asian Countries Department, Doctor of Philology, Professor, National Academy of Azerbaijan (Baku, Azerbaijan)

*Belozertsev, E.P.*, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Professor of the Department of General and Social Pedagogy, Voronezh State Pedagogical University (Voronezh, Russia)

*Duskaeva, L.R.*, Doctor of Philology, Professor, head of the Department of media linguistics of the Higher school of journalism and mass communications of Saint Petersburg state University, head of the Commission of media linguistics under the International Committee of Slavistics (Saint Petersburg, Russia)

*Giro, X.*, Ph.D., Professor of the Barcelona Autonomous University, Director of the Department of Media, Communication and Culture (Barcelona, Spain)

*Irkhin, V.N.*, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Pedagogy, Lesgaft National State University of Physical Culture, Sports and Health (St. Petersburg, Russia)

*Isaev, I.F.*, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of Department of Pedagogics, Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)

*Ludwig, H.*, Doctor of Philosophy, Professor of The University of Münster (Muenster, Germany)

*Nagorny, I.A.*, Professor of the Institute of Foreign Languages of Jilin University, Doctor of Philology, Professor (Changchun, China)

*Persi, U.*, Doctor of Philology, Professor University of Bergamo (Bergamo, Italy)

*Podymova, L.S.*, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Psychology of Education, Moscow State Pedagogical University (Moscow, Russia)

*Polonskiy, A.V.*, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Journalism of Belgorod State National Research University (Belgorod, Russia)

*Porkhomovsky, V.Y.*, Doctor of Philology, Professor, Chief Researcher of the Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

*Rieu, J.*, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of French Language and Literature, University of Sofia Antipolis (Nice, France)

*Stoyanova, E.V.*, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Russian Language of Shumen University named after bishop Konstantin Preslavsky (Shumen, Bulgaria)

*Ushakova, S.V.*, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications (Belgorod State National Research University)

ISSN 2712-7451

The journal is registered in Federal service of control over law compliance in the sphere of mass media and protection of cultural heritage. Certificate of registration of mass media ЭЛ № ФС 77-77958 от 19.02.2020. Publication frequency: 4/year.

Commissioning Editor YU.V. Mishenina. Editing, computer imposition, page layout O.G. Tomusyak. English text editor E.S. Danilova. Typefaces Times New Roman, Arial, Impact. Publisher's signature 25,6. Date of publishing 30.03.2025. Dummy layout has been prepared by Belgorod State National Research University Centre of Polygraphic Production. Address: 85 Pobeda St, Belgorod, 308015, Russia.

## CONTENTS

### JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

- 5 **Bykov I.A., Medvedeva M.V., Sharakhina L.V.**  
Media Literacy as an Indispensable Competence in the Space of Digital Communications Using Artificial Intelligence Technologies
- 15 **Demina A.E.**  
Destructive Trends in the Russian-Language Print Media System in the 21<sup>st</sup> Century Latvia: Sociopolitical and Medialinguistic Analysis
- 27 **Kornysheva P.E., Karpenko I.I.**  
UGC in Telegram Channels of Mass Media. Experience of Belgorod Online Publications
- 37 **Lukanina M.V.**  
Power Distance as a Cultural Dimension of Government Crisis Communication Strategy Design
- 48 **Skatova E.O., Govorukhina Ju.A.**  
Tools for Attracting Audience Attention to the Reality Show "Battle of Psychics"
- 60 **Timerbulatov T.I., Makeenko M.I.**  
Audience's Attitude to the Use of AR in Sports Media Video Content
- 76 **Shelginskaya V.A.**  
Integrated and Integrative Principles in Forming Communicative System in Relationship Management

### PEDAGOGICS

- 87 **Ilinskaya, I.P., Bolgova A.V.**  
Diagnosing the Formation of Aesthetic Value Orientations in Future Primary School Teachers
- 99 **Irkhin V.N., Irkhina I.V., Makotrova G.V.**  
The Development of P.F. Lesgaff's Pedagogical Views on the Problem of Raising a Healthy Person
- 110 **Shevchenko S.A., Kuzmina E.V., Trunina V.F.**  
Priorities of Generation Z Students: Dominating Components of the University Learning Process

### LINGUISTICS

- 126 **Bogdanova M.D.**  
Nigerian and British Media Texts as the Result of Language and Culture Symbiosis
- 138 **Golubtsova E.V.**  
Linguistic Manipulation Means of Building Russia's Image in Western Media (Based on BBC Hindi and Deutsche Welle Hindi)
- 150 **Dolgoplova L.A., Yakovleva E.P.**  
Names of Political Talk Shows As a Means of Orienting and Suggestive Influence on a Mass Audience (Based on the Material of the English Language)
- 161 **Shkolnikova O.Y., Zhevlakova P.G., Krivchikova N.L.**  
Characteristic Features of the Development of Tunisian French Vocabulary on the Example of "Religion" Semantic Field
- 169 **Kovyrshina E.O., Kukshinova E.N.**  
Representation of Positive Evaluation in Online Student Reviews of British Universities
- 184 **Liu Sh.**  
Hermeneutic Component of Linguistic Education in the Digital Age
- 194 **Nikitina M.Yu., Garagulya S.I., Kugan E.I., Svezhentseva I.B.**  
Peculiarities of French Verbs of Motion Based on their Aspectual Characteristics of Telicity/Atelicity
- 202 **Pengbo Z., Iakovleva E.S., Bunina K.S.**  
National-cultural Features of Yanyu and Proverbs with the Fire Component
- 211 **Poimenova A.S.**  
Explication of the Linguo-Psychological Type "Rogue" in the Book Series by P.G. Wodehouse
- 221 **Chizhova A.O.**  
Metaphor and Metonymy in Jacques Lacan's Discourse
- 230 **Chikovani T.V.**  
Comparative Model of Cognitive Dominant "Russian Saints" in the Sermons of St. Luka of Simferopol and Crimea and St. John of Shanghai and San-Francisco

## ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

УДК 32.019.5

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-5-14

### Медиаграмотность как актуальная компетенция в пространстве цифровых коммуникаций с использованием технологий искусственного интеллекта

<sup>1</sup> Быков И.А., <sup>1</sup> Медведева М.В., <sup>2</sup> Шарахина Л.В.

<sup>1</sup> Санкт-Петербургский государственный университет,  
Россия, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7-9

<sup>2</sup> Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»  
им. В.И. Ульянова (Ленина),

Россия, 197022, Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова, д. 5Ф  
[i.bykov@spbu.ru](mailto:i.bykov@spbu.ru), [m.medvedeva@spbu.ru](mailto:m.medvedeva@spbu.ru), [lvkolganova@gmail.com](mailto:lvkolganova@gmail.com)

**Аннотация.** Интенсивный рост использования больших языковых моделей в системах генеративного искусственного интеллекта (ChatGPT, GigaChat, Алиса и многих других) актуализирует медиаграмотность как значимую компетенцию личности в постиндустриальном обществе. При этом вопрос о существующих рисках и возможностях использования искусственного интеллекта (ИИ) конкретным индивидом в контексте его собственных компетенций в рамках медиаграмотности исследован недостаточно. В этой связи цель исследования – определение роли медиаграмотности в современных цифровых коммуникациях с учетом рисков и возможностей в условиях интеграции с технологиями искусственного интеллекта. В работе представлен содержательный анализ высокоцитируемых статей за период с 2020 по 2023 годы на платформе Google Академия. Отбор репрезентативного материала осуществлялся методом метаанализа, критерием стало содержание и наличие в списке ключевых слов «медиаграмотность» и «искусственный интеллект» на русском и английском языках, а также наибольшее количество цитирований за год. В результате анализа исследований были выделены и описаны риски ИИ (негативное влияние на психическое здоровье участников коммуникации и доступность создания фейковых новостей) и возможности ИИ (выполняет рутинные задачи и предлагает креативные решения). Сделан вывод о том, что медиаграмотность постепенно становится необходимой компетенцией для человечества, так как позволяет корректно применять ИИ и минимизировать возможные риски цифровых коммуникаций.

**Ключевые слова:** медиаграмотность, искусственный интеллект, медиаобразование, медиакомпетентность, цифровая грамотность, цифровая компетентность, политические коммуникации, молодежь, СМИ, массовые коммуникации

**Для цитирования:** Быков И.А., Медведева М.В., Шарахина Л.В. 2025. Медиаграмотность как актуальная компетенция в пространстве цифровых коммуникаций с использованием технологий искусственного интеллекта. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 5–14. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-5-14



## Media Literacy as an Indispensable Competence in the Space of Digital Communications Using Artificial Intelligence Technologies

<sup>1</sup> Iliya A. Bykov, <sup>1</sup> Maria V. Medvedeva, <sup>2</sup> Larisa V. Sharakhina

<sup>1</sup> Saint Petersburg State University,

7-9 Universitetskaya Emb., Saint Petersburg 199034, Russia

<sup>2</sup> V.I. Ulyanov (Lenin) St. Petersburg State Electrotechnical University "LETI"

5F Prof. Popov St, St. Petersburg 197022, Russia

[i.bykov@spbu.ru](mailto:i.bykov@spbu.ru), [m.medvedeva@spbu.ru](mailto:m.medvedeva@spbu.ru), [lvkolganova@gmail.com](mailto:lvkolganova@gmail.com)

**Abstract.** An intensive growth in the use of large language models in generative artificial intelligence systems (ChatGPT, GigaChat, Alice, and many others) actualizes media literacy as a significant competence of an individual in a post-industrial society. At the same time, little research has been done on the existing risks and opportunities of artificial intelligence (AI) being used by individuals in the context of their media competence. The purpose of the study is to determine the role of media literacy in modern digital communications in the context of integration with artificial intelligence technologies, indicating risks and opportunities. We conducted a meaningful analysis of highly cited articles published from 2020 to 2023 on the Google Academy platform. To sample the articles, we used the meta-analysis method, the criteria included the content and the presence of the words "media literacy" and "artificial intelligence" in the Russian and English keyword lists, as well as the largest number of citations per year. An analysis of the selected research works allowed us to reveal and describe the risks posed by AI and opportunities it provides, the former consisting in a negative impact on the mental health of communication participants and the availability of fake news, the latter including the opportunity to perform routine tasks and offer creative solutions according to the TOR) We conclude that media competence is gradually becoming indispensable for the humanity, as it allows us to apply AI in correct ways and to minimize possible risks posed by digital communications.

**Keywords:** media literacy, artificial intelligence, media education, media competence, digital literacy, digital competence, political communications, youth, mass media, mass communications

**For citation:** Bykov I.A., Medvedeva M.V., Sharakhina L.V. 2025. Media Literacy as an Indispensable Competence in the Space of Digital Communications Using Artificial Intelligence Technologies. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 5–14 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-5-14

---

### Введение

В современных условиях постоянно происходит увеличение информационных потоков, а также усложнение системы цифровых коммуникаций [Веселов, 2020]. Это привело к тому, что цифровые технологии достаточно быстро заняли центральное место в социальной жизни. Исследователем Добринской была предложена концепция цифрового общества, которая выступает основным концептуальным подходом в данной работе [Добринская, 2019]. Цифровое общество характеризуется развитием не только разных цифровых технологий (цифровые коммуникации, большие данные, платформы, алгоритмы, искусственный интеллект (ИИ)), но и адаптивных механизмов. Одним из таких адаптивных механизмов выступает медиаграмотность, под которой понимаются «базовые знания и навыки индивида, которые помогают ему ориентироваться в основных информационных потоках» [Быков, Медведева, 2021]. В научном сообществе не сложилось единого понимания данного термина, существует ряд смежных понятий, таких как медиакомпетентность [Троянская 2017; Голуб, 2018], цифровая грамотность [Hobbs, 2017] и другие [Ходикова, 2021]. Однако развитие навыков ориентирования в цифровых потоках является абсолютно необходимой задачей. Ряд исследователей сегодня разрабатывают

проблематику конкретных узкоспециализированных компетенций, жизненно необходимых современному человеку для выживания в информационном обществе XXI века [Безукладников и др., 2022; Gonzalez-Perez, Ramirez-Montoya, 2022]. При этом в рамках медиаграмотности начинает решаться как проблематика фейков и фактчекинга [Кзаков, 2016], так и вопросы получения государственных услуг и поиск работы [Проказина, 2021].

По мере развития технологий индивид рано или поздно сталкивается с искусственным интеллектом. Это происходит сознательно, когда он пытается пользоваться различными программами, в которые встроены его элементы, или же неосознанно, когда становится жертвой дезинформации (фейкньюз), созданной при помощи технологий искусственного интеллекта, не всегда распознаваемой даже профессионалами. Важно отметить, что под искусственным интеллектом в данном исследовании понимается такая технология, которая может решать интеллектуальные и творческие задачи на уровне человеческого интеллекта [Dwivedi et al., 2023]. В современном мире всё чаще владение навыками использования искусственного интеллекта крупные компании прописывают в качестве обязательного требования к кандидатам на разные должности, в том числе и руководящие, что означает уже довольно глубокое проникновение технологий ИИ в нашу жизнь. Однако самостоятельное приобретение таких навыков индивидом сопряжено с различного рода рисками, например, с получением недостоверной информации или введением в заблуждение с целью получения коммерческой выгоды [Медведева, 2023].

В связи с этим актуальным представляется изучение возможностей и рисков, которые могут нести технологии искусственного интеллекта в коммуникационной деятельности. При этом в список основных рисков часть исследователей сегодня относят манипулирование мнением аудитории и возможность нарушения ментального здоровья [Дружилов, 2018], чему, по мнению исследователей, особенно подвержена молодёжная аудитория при использовании социальных сетей [Abi-Jaoude et al., 2020]. Кроме того, в контексте рисков можно рассматривать тот факт, что разработчики цифровых социальных платформ (социальных сетей) активно используют технологии ИИ, алгоритмизацию и автоматизацию коммуникации социальных субъектов в целях повышения экономической привлекательности своих ресурсов как для индивидуальных, так и для корпоративных пользователей, тем самым заставляя индивида включаться в коммуникационные потоки, в которые он не хотел быть погруженным, и потреблять контент, который ему неинтересен. Отечественные исследователи отмечают, что увеличение количества информационных потоков ведёт к снижению работоспособности отдельного индивида [Байгужин и др., 2019]. Для полноценного существования в современном мире человеку требуется всё больше знаний, умений и навыков [Лapidус и др., 2020].

Цель исследования – определение роли медиаграмотности в современных цифровых коммуникациях в условиях их интеграции с технологиями искусственного интеллекта с указанием рисков и возможностей, связанных с ИИ.

### **Материалы и методы исследования**

Основным методом исследования является содержательный анализ наиболее высокоцитируемых научных статей, выбранных по ключевым словам «искусственный интеллект» и «медиаграмотность», опубликованным с 2020 по 2023 год.

Мы провели выборку статей в базе данных Google Академия на основе метаанализа, который выступил в качестве вспомогательного, выявили динамику научных исследований по заданной теме, а также высокоцитируемые исследования. Поиск осуществлялся по запросу «искусственный интеллект и медиаграмотность» на русском и английском языках.

Отметим, что при выборке статей для анализа для нас важно было посмотреть, как тема медиаграмотности в контексте внедрения искусственного интеллекта в цифровые коммуникации представлена в России и за рубежом, поэтому статьи российских авторов на



английском языке мы не рассматривали. Критериями для выбора послужили, во-первых, цитируемость работ, во-вторых, наличие слов «искусственный интеллект» и «медиаграмотность» (выбирали сначала статьи с большим числом цитирований статьи, а затем среди них выбирали те, в которых наибольшее число ключевых слов). Затем мы подвергли отобранные статьи содержательному анализу. Для предметного изучения роли медиаграмотности в цифровых коммуникациях в условиях интеграции искусственного интеллекта нам требовались научные статьи с выраженной позицией авторов по теме нашего исследования. Таким образом, в подборках, полученных по запросу за каждый год, мы выбрали по одной самой высокоцитируемой статье, получили 8 работ, по 4 на русском [Иванов, Игнатовский, 2020; Проказина, 2021; Безукладников и др., 2022; Медведева, 2023] и английском [Abi-Jaoude et al., 2020; Pennycook, Rand, 2021; Gonzalez-Perez, Ramirez-Montoya, 2022; Dwivedi et al., 2023] языках.

### Результаты и их обсуждение

Данные по количеству статей за анализируемый период (2020–2023) в Google Академия по единому запросу «искусственный интеллект и медиаграмотность» мы систематизировали в табл. 1, выделив в рамках анализа обзорные статьи. Также мы приводим общее количество статей по указанным ключевым словам. Данные являются актуальными на 10 января 2024 года. Отметим, что на русском языке обзорных статей нет, а общее количество всех статей по запросу «искусственный интеллект и медиаграмотность» незначительно, что может говорить о низком интересе к теме.

Таблица 1  
Table 1

Количество статей по запросам «искусственный интеллект и медиаграмотность»  
 на русском и английском языках  
 The number of articles on queries "artificial intelligence" and "media literacy"  
 in Russian and English

Год публикации	На русском языке (все)	На английском языке	
		обзорные	все
2020	33	55	1350
2021	36	93	1710
2022	30	138	2090
2023	23	218	3290

Кроме того, можно отметить, что в зарубежных источниках по медиаграмотности интерес к теме искусственного интеллекта неукоснительно возрастает, работ по данной проблематике становится всё больше, в то время как в российской науке с 2022 года мы можем наблюдать спад. Возможно, что это связано отчасти с ограниченным или отсутствующим доступом к международным научным базам данных у российских учёных, отчасти с более активным, чем в России, внедрением технологий искусственного интеллекта в цифровую сферу за рубежом.

В рамках содержательного анализа мы также соотнесли названия высокоцитируемых статей на русском и на английском (табл. 2).

Таблица 2  
Table 2

Выборка высокоцитируемых статей  
Titles of highly cited articles

Год публикации	Название статьи	
	на русском языке	на английском языке
2020	Deepfakes: перспективы применения в политике и угрозы для личности и национальной безопасности (29 цитирований) [Иванов, Игнатовский, 2020].	Smartphones, social media use and youth mental health (Пер.авт: Смартфоны, использование социальных сетей и психическое здоровье молодежи) (489 цитирований) [Abi-Jaoude et al., 2020]
2021	Цифровая грамотность как основа диалога власти и населения в условиях пандемии (11 цитирований) [Проказина, 2021]	The psychology of fake news (Психология фейковых новостей) (819 цитирований) [Pennycook, Rand, 2021]
2022	Исследование лингвоцифровой компетентности в контексте функциональной грамотности (3 цитирования) [Безукладников и др., 2022]	Components of Education 4.0 in 21st Century Skills Frameworks: Systematic Review (Компоненты образования 4.0 в рамках системы повышения квалификации 21 века: систематический обзор) (230) [Gonzalez-Perez, Ramirez-Montoya, 2022]
2023	Риски использования нейросетевых технологий в коммуникациях молодежи (2 цитирования) [Медведева, 2023]	Opinion Paper: “So what if ChatGPT wrote it?” Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy (Аналитический доклад: “Ну и что, что если это написал ChatGPT?” Междисциплинарные взгляды на возможности, проблемы и значение генеративного разговорного ИИ для исследований, практики и политики) (885 цитирований)[Dwivedi et al., 2023]

Проанализировав названия и ознакомившись с текстами статей, мы отметили, что в центре внимания российских и зарубежных ученых, изучающих проблему медиаграмотности в 2020–2021 годах, были фальшивые новости (фейкньюз), созданные при помощи искусственного интеллекта. При этом иностранные авторы рассматривали данную тему в основном в исследованиях по психологии [Abi-Jaoude et al., 2020; Pennycook, Rand, 2021], а российские – политологии [Иванов, Игнатовский, 2020; Проказина, 2021]. В 2022 году в центр внимания исследователей входит образовательный аспект [Безукладников и др., 2022; Gonzalez-Perez, Ramirez-Montoya, 2022]. Исследования 2023 года уже более конкретно рассматривают технологии искусственного интеллекта – как в России [Медведева, 2023], так и за рубежом [Dwivedi et al., 2023], что может быть связано также с увеличивающейся популярностью искусственного интеллекта в целом.

Углубляясь далее в содержание анализируемых материалов, мы отметили, что практически во всех 8 статьях прямо [Медведева, 2023] или косвенно [Безукладников и др., 2022] есть упоминания о рисках и возможностях, которые представляет для цифровых коммуникаций и человека (как субъекта, обладающего медиаграмотностью) искусственный интеллект. Цифровые коммуникации сегодня представляют собой значительный риск,



особенно для детей и подростков. Как пишут зарубежные исследователи [Abi-Jaoude et al., 2020], ещё до начала широкого распространения искусственного интеллекта в социальных сетях школьники, имеющие низкий уровень медиаграмотности и не имеющие жизненного опыта, через общение в сетевых сообществах получали различные ментальные и психические расстройства, которые в дальнейшем могли приводить к суициду. Согласно одному из исследований, особенно подвержены таким последствиям оказались девочки в США и Канаде. Кроме того, авторы указывают: «Concerns have been raised about social media platforms having been deliberately designed — in highly sophisticated ways that use behavioural psychology, neuroscience and artificial intelligence — to promote behavioural reinforcement and behavioural addiction. (Имеются опасения по поводу того, что платформы социальных сетей были намеренно разработаны очень сложными способами, использующими поведенческую психологию, нейробиологию и искусственный интеллект для содействия поведенческому подкреплению и выработке поведенческой зависимости. – Здесь и далее перевод наш)» [Abi-Jaoude et al., 2020, p. 137].

В анализируемых работах также рассматривается риск формирования фейков и дипфейков при помощи искусственного интеллекта, которые довольно трудно отличить от реальных новостей [Иванов, Игнатовский, 2020]. Пользователи нередко пересылают их друг другу в качестве развлекательного контента [Pennycook, Rand, 2021]. В этом случае достоверность или недостоверность новости не играет особой роли. Но как быть в тех случаях, когда достоверность новости важна? Ведь зачастую фейки – это инструменты, которые служат конкретным целям. У каждого фейка есть аудитория, и часто конкретные акторы могут быть заинтересованы в вовлечении, например, молодежи, в разного рода деструктивные общественные образования. В этом случае фейк порождает риски для каждого человека, так как из-за технологий искусственного интеллекта мы не можем отличить ложную информацию от правдивой. В конечном счёте фейки создают риски как для общества, так и для государства в целом [Проказина, 2021].

Технологии искусственного интеллекта представляют риски и для организаций, которые, следуя современным тенденциям, охотно внедряют новые технологии. Как отмечают исследователи [Dwivedi et al., 2023], их внедрение в деятельность организаций несёт в себе как этические риски, так и психологические, при этом может страдать качество готового продукта организации. Если при естественном интеллекте человек с его перфекционизмом может довольно долго совершенствовать объект своего труда, то, сталкиваясь с неплохим результатом, который выдал ИИ, он менее охотно вносит коррективы: зачем вносить правки, если и так результат выглядит неплохо [Dwivedi et al., 2023].

Переходя к анализу возможностей, которые в рамках цифровой коммуникации открываются благодаря искусственному интеллекту, приведём цитату из одной из рассматриваемых работ: «AI offers the potential for automating some work and letting people focus on higher value, more creative activities. This is a key opportunity for ChatGPT – it can easily give people access to ideas and knowledge just as it already being used to enhance the productivity of software developers, writers and other professions (Искусственный интеллект открывает потенциал для автоматизации некоторой работы и позволяет людям сосредоточиться на более ценной, творческой деятельности. Это ключевая возможность для ChatGPT – он может легко предоставить людям доступ к идеям и знаниям точно так же, как он уже используется для повышения производительности разработчиков программного обеспечения, писателей и представителей других профессий)» [Dwivedi et al., 2023, p.14].

Однако важно принимать во внимание и тот факт, что ИИ несовершенен. На сегодняшний день у ChatGPT есть сложности с поддержанием контекста разговора. Вот как об этом пишет П. Рэй: «Conversational AI models often struggle to maintain the context of a conversation, especially when it spans multiple turns. ChatGPT can be improved to better track and manage context to provide more coherent and relevant responses, handling ambiguity:

AI models might provide unsatisfactory or irrelevant responses when faced with ambiguous queries (Модели разговорного ИИ часто с трудом поддерживают контекст разговора, особенно когда он охватывает несколько поворотов. ChatGPT может быть усовершенствован для лучшего отслеживания контекста и управления им, чтобы предоставлять более последовательные и релевантные ответы, устраняя неоднозначность: модели искусственного интеллекта могут выдавать неудовлетворительные или нерелевантные ответы при столкновении с неоднозначными запросами)» [Ray, 2023, p. 122].

Возможности, появившиеся у пользователей с внедрением искусственного интеллекта в цифровые коммуникации, довольно подробно описаны в рассмотренных научных статьях. Российские исследователи указывают на значимость развития у молодежи лингвоцифровой компетентности, необходимой в современных цифровых коммуникациях [Безукладников и др., 2022]. ИИ может быть полезным для развития лингвоцифровой компетенции студентов, однако важно помнить, что не менее значимую роль здесь играет и сам педагог как пользователь сервисов с применением технологий искусственного интеллекта, а также сам обучающийся.

Исследователи отмечают, что в целом произошло изменение компетенций и навыков, которые необходимы современному человеку, в связи с тем, что активно развиваются новые технологии. «Внедрение этих технологий (таких как ИИ) требует обновления образовательных систем, начиная с организации и управления классной комнатой, оценки, педагогики, этики и профессионального развития; кроме того, пандемия подняла другие проблемы, требующие сложного мышления, коммуникации и навыков удаленного глобального лидерства» [Проказина, 2021, с. 2].

### Заключение

В ходе работы мы сопоставили проблематику 8 высокоцитируемых статей по запросам «медиаграмотность и искусственный интеллект» в англоязычных и русскоязычных источниках, а также выделили несколько рисков и возможностей цифровых коммуникаций. В частности, ещё в 2020 году подробно были описаны риски для ментального здоровья молодого человека с низким уровнем медиаграмотности и отсутствием жизненного опыта, которые может создавать использование социальных сетей. При этом авторы говорят о том, что этот риск можно преодолеть, если в этом будет заинтересованность на уровне государства или бизнеса, которые могут развернуть специализированные информационные кампании. Ещё одним риском, который выделяют исследователи, являются фейкньюс (дезинформация), созданные ИИ, так как трудно различимы при низком уровне медиаграмотности. Современные учёные также отмечают, что благодаря возможностям искусственного интеллекта человек может быть вовлечён с помощью фейков в рамках коммуникации в разного рода деструктивные общества и даже в террористические. Кроме того, исследователи отмечают, что разработчики цифровых социальных платформ (социальных сетей) активно используют технологии ИИ в целях повышения привлекательности, в том числе и экономической, своих ресурсов как для индивидуальных, так и корпоративных пользователей. В качестве наиболее значимой возможности ИИ в рамках цифровых коммуникаций отмечено выполнение рутинных задач, что позволяет пользователям освободить время для более сложных и креативных задач.

Анализ исследований, проведенных с 2020 по 2023 годы, позволил сделать следующие выводы:

1) в англоязычных источниках популярность темы ИИ продолжает увеличиваться, в то время как в российских наблюдается спад;

2) содержательный анализ статей выявил общую тенденцию к глубокому осмыслению технологий ИИ. Если в 2020 году основной проблемой исследований были фейки и дипфейки (дезинформация), созданные с помощью ИИ, то в 2023 году исследователи



изучают возможности и риски использования технологий искусственного интеллекта в цифровых социальных коммуникациях;

3) ИИ и технологии на его основе – это инструменты, безопасное применение которых требует высокого уровня медиаграмотности.

Таким образом, роль медиаграмотности в цифровых коммуникациях с использованием ИИ возрастает, на что указывают авторы проанализированных нами работ. Медиаграмотность постепенно становится необходимой компетенцией для человечества, так как позволяет корректно применять ИИ и минимизировать возможные риски цифровых коммуникаций.

### Список литературы

- Байгужин П.А., Шибкова Д.З., Айзман Р.И. 2019. Факторы, влияющие на психофизиологические процессы восприятия информации в условиях информатизации образовательной среды. *Science for education today*, 9(5): 48–70. DOI: [10.15293/2658-6762.1905.04](https://doi.org/10.15293/2658-6762.1905.04)
- Безукладников К.Е., Безукладников В.К., Прохорова А.А. 2022. Исследование лингвоцифровой компетенции в контексте общей функциональной грамотности. *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики*, 2: 105–121. DOI: [10.15593/2224-9389/2022.2.9](https://doi.org/10.15593/2224-9389/2022.2.9)
- Быков И.А., Медведева М.В. 2021. Значение медиаграмотности для политической коммуникации в России. *Журнал политических исследований*, 5(4): 7–22. DOI: [10.12737/2587-6295-2021-5-4-7-22](https://doi.org/10.12737/2587-6295-2021-5-4-7-22)
- Веселов Ю.В. 2020. Доверие в цифровом обществе. *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Социология*, 13(2): 129–143. DOI: [10.21638/spbu12.2020.202](https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.202)
- Голуб О.Ю. 2018. Медиакомпетентность в условиях трансформации массовой коммуникации. *Практики и Интерпретации: журнал филологических, образовательных и культурных исследований*, 3(2): 125–134. DOI: [10.23683/2415-8852-2018-2-125-134](https://doi.org/10.23683/2415-8852-2018-2-125-134)
- Дружилов С.А. 2018. Негативные воздействия современной информационной среды на человека: психологические аспекты. *Психологические исследования*, 11(59): 11. DOI: [10.54359/ps.v11i59.280](https://doi.org/10.54359/ps.v11i59.280)
- Добринская Д.Е. 2019. Цифровое общество в социологической перспективе. *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология*, 25(4): 175–192. DOI: [10.24290/1029-3736-2019-25-4-175-192](https://doi.org/10.24290/1029-3736-2019-25-4-175-192)
- Иванов В.Г., Игнатовский Я.Р. 2020. Deepfakes: перспективы применения в политике и угрозы для личности и национальной безопасности. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление*, 7(4): 379–386. DOI: [10.22363/2312-8313-2020-7-4-379-386](https://doi.org/10.22363/2312-8313-2020-7-4-379-386)
- Казаков А.А. 2016. Методы манипулирования общественным сознанием в контексте медийной грамотности: политическое измерение. *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*, 12(3): 26–34.
- Липидус Л.В., Гостилович А.О., Омарова Ш.А. 2020. Особенности проникновения цифровых технологий в жизнь поколения Z: ценности, поведенческие паттерны и потребительские привычки интернет-поколения. *Государственное управление. Электронный вестник*, 83: 271–293. DOI: [10.24411/2070-1381-2020-10119](https://doi.org/10.24411/2070-1381-2020-10119)
- Медведева М.В. 2023. Риски использования нейросетевых технологий в коммуникациях молодежи. *Российская школа связей с общественностью*, 30: 139–151. DOI: [10.24412/2949-2513-2023-30-139-151](https://doi.org/10.24412/2949-2513-2023-30-139-151)
- Проказина Н.В. 2021. Цифровая грамотность как основа диалога власти и населения в условиях пандемии. *Цифровая социология*, 4(3): 36–43. DOI: [10.26425/2658-347X-2021-4-3-36-43](https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-3-36-43)
- Троянская С.Л. 2017. Развитие медиакомпетентности студентов в учебной деятельности. *Вестник Удмуртского университета. Серия: Философия. Психология. Педагогика*, 27(2): 255–261.
- Ходикова Н.А. 2021. Критическое мышление и информационная грамотность. *Культура и безопасность*, 3: 11–15. DOI: [10.25257/КВ.2021.3.11-15](https://doi.org/10.25257/КВ.2021.3.11-15)
- Abi-Jaoude E., Naylor K.T., Pignatiello A. 2020. Smartphones, social media use and youth mental health. *Canadian Medical Association journal*, 192(6): 136–141. DOI: [10.1503/cmaj.190434](https://doi.org/10.1503/cmaj.190434)
- Carlson M. 2014. The Robotic Reporter. *Digital Journalism*, 3(3): 416–431. DOI: [10.1080/21670811.2014.976412](https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412)

- Dwivedi Y.K., Kshetri N., Hughes L. et al. 2023. “So what if ChatGPT wrote it?” Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71: 102642. DOI: [10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642](https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642)
- Gonzalez-Perez L.I., Ramirez-Montoya M.S. 2022. Components of Education 4.0 in 21<sup>st</sup> century skills framework: systematic review. *Sustainability*, 14(3): 493. DOI: [10.3390/su14031493](https://doi.org/10.3390/su14031493)
- Hobbs R. 2017. Measuring the digital and media literacy competencies of children and teens. In: *Cognitive Development in Digital Contexts*. Eds. F.C. Blumberg, P.J. Brooks. Academic Press, London: 253–274. DOI: [10.1016/B978-0-12-809481-5.00013-4](https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809481-5.00013-4)
- Ray P.P. 2023. ChatGPT: A comprehensive review on background, applications, key challenges, bias, ethics, limitations and future scope. *Internet of Things and Cyber-Physical Systems*, 3: 121–154. DOI: [10.1016/j.iotcps.2023.04.003](https://doi.org/10.1016/j.iotcps.2023.04.003)
- Pennycook G., Rand D.G. 2021. Psychology of fake news. *Trends of cognitive science*, 25(5): 388–402. DOI: [10.1016/j.tics.2021.02.007](https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007)

### References

- Baiguzhin P.A., Shibkova D.Z., Aizman R.I. 2019. Factors affecting psychophysiological processes of information perception within the context of education informatization. *Science for education today*, 9(5): 48–70 (in Russian). DOI: [10.15293/2658-6762.1905.04](https://doi.org/10.15293/2658-6762.1905.04)
- Bezukladnikov K.E., Bezukladnikov V.K., Prokhorova A.A. 2022. Linguo-digital literacy or competence? Functional literacy problem study. *PNRPU linguistics and pedagogy bulletin*, 2: 105–121 (in Russian). DOI: [10.15593/2224-9389/2022.2.9](https://doi.org/10.15593/2224-9389/2022.2.9)
- Bykov I.A., Medvedeva M.V. 2021. Importance of Media Literacy for Political Communication in Russia. *Journal of Political Research*, 5(4): 7–22 (in Russian). DOI: [10.12737/2587-6295-2021-5-4-7-22](https://doi.org/10.12737/2587-6295-2021-5-4-7-22)
- Veselov Yu.V. 2020. Trust in a digital society. *Vestnik of Saint-Petersburg University. Sociology*, 13(2): 129–143 (in Russian). DOI: [10.21638/spbu12.2020.202](https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.202)
- Golub O.Yu. 2018. Media competence in the conditions of mass communication transformations. *Practices & Interpretations: A Journal of Philology, Teaching and Cultural Studies*, 3(2): 125–134 (in Russian). DOI: [10.23683/2415-8852-2018-2-125-134](https://doi.org/10.23683/2415-8852-2018-2-125-134)
- Druzhilov S.A. 2018. The negative impacts of the modern information environment on humans: psychological aspects. *Psychological research*, 11(59): 11 (in Russian). DOI: [10.54359/ps.v11i59.280](https://doi.org/10.54359/ps.v11i59.280)
- Dobrynska D.E. Digital society: sociological perspective. *Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science*, 25(4): 175–192 (in Russian). DOI: [10.24290/1029-3736-2019-25-4-175-192](https://doi.org/10.24290/1029-3736-2019-25-4-175-192)
- Ivanov V.G., Ignatovskiy Y.R. 2020. Deepfakes: Prospects for Political Use and Threats to the Individual and National Security. *RUDN journal of Public administration*, 7(4): 379–386 (in Russian). DOI: [10.22363/2312-8313-2020-7-4-379-386](https://doi.org/10.22363/2312-8313-2020-7-4-379-386)
- Kazakov A.A. 2016. Methods of Manipulation of Public Consciousness within the Framework of Media Literacy: Political Dimension. *Political Expertise: POLITEX*, 12(3): 26–34 (in Russian).
- Lapidus L.V., Gostilovich A.O., Omarova S.A. 2020. Features of Digital Technologies Penetration into Generation Z Life: Values, Behavioral Patterns and Consumer Habits of the Internet. *Public Administration. E-journal*, 83: 271–293 (in Russian). DOI: [10.24411/2070-1381-2020-10119](https://doi.org/10.24411/2070-1381-2020-10119)
- Medvedeva M.V. 2023. Risks of using neural network technologies in youth communications. *Russian School of Public Relations*, 30: 139–151 (in Russian). DOI: [10.24412/2949-2513-2023-30-139-151](https://doi.org/10.24412/2949-2513-2023-30-139-151)
- Prokazina N.V. 2021. Digital literacy as a basis for a dialogue between the authorities and the population in the context of a pandemic. *Digital sociology*, 4(3): 36–43 (in Russian). DOI: [10.26425/2658-347X-2021-4-3-36-43](https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-3-36-43)
- Troyanskaya S.L. 2017. Development of media competence of students in the educational process. *Bulletin of Udmurt University. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 27(2): 255–261 (in Russian).
- Khodikova N.A. 2021. Critical thinking and information literacy. *Culture and Safety*, 3: 11–15 (in Russian). DOI: [10.25257/KB.2021.3.11-15](https://doi.org/10.25257/KB.2021.3.11-15)
- Abi-Jaoude E., Naylor K.T., Pignatiello A. 2020. Smartphones, social media use and youth mental health. *Canadian Medical Association journal*, 192(6): 136–141. DOI: [10.1503/cmaj.190434](https://doi.org/10.1503/cmaj.190434)



- Carlson M. 2014. The Robotic Reporter. *Digital Journalism*, 3(3): 416–431. DOI: [10.1080/21670811.2014.976412](https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412)
- Dwivedi Y.K., Kshetri N., Hughes L. et al. 2023. “So what if ChatGPT wrote it?” Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71: 102642. DOI: [10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642](https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642)
- Gonzalez-Perez L.I., Ramirez-Montoya M.S. 2022. Components of Education 4.0 in 21<sup>st</sup> century skills framework: systematic review. *Sustainability*, 14(3): 493. DOI: [10.3390/su14031493](https://doi.org/10.3390/su14031493)
- Hobbs R. 2017. Measuring the digital and media literacy competencies of children and teens. In: *Cognitive Development in Digital Contexts*. Eds. F.C. Blumberg, P.J. Brooks. Academic Press, London: 253–274. DOI: [10.1016/B978-0-12-809481-5.00013-4](https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809481-5.00013-4)
- Ray P.P. 2023. ChatGPT: A comprehensive review on background, applications, key challenges, bias, ethics, limitations and future scope. *Internet of Things and Cyber-Physical Systems*, 3: 121–154. DOI: [10.1016/j.iotcps.2023.04.003](https://doi.org/10.1016/j.iotcps.2023.04.003)
- Pennycook G., Rand D.G. 2021. Psychology of fake news. *Trends of cognitive science*, 25(5): 388–402. DOI: [10.1016/j.tics.2021.02.007](https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007)

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 12.03.2024

Поступила после рецензирования 10.02.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received March 12, 2024

Revised February 10, 2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Быков Илья Анатольевич**, доктор политических наук, профессор кафедры связей с общественностью в политике и государственном управлении института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия.

**Медведева Мария Владимировна**, кандидат политических наук, ассистент кафедры связей с общественностью в политике и государственном управлении института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия.

**Шарахина Лариса Валентиновна**, кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой Связи с общественностью, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина), г. Санкт-Петербург, Россия.

**Ilya A. Bykov**, Doctor of Political Sciences, Professor of the Department of Public Relations in Politics and Public Administration of the Institute “Higher School of Journalism and Mass Communications”, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia.

**Maria V. Medvedeva**, Candidate of Political Sciences, Assistant of the Department of Public Relations in Politics and Public Administration of the Institute “Higher School of Journalism and Mass Communications”, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia.

**Larisa V. Sharakhina**, Candidate of Philosophy, Associate Professor, Head of PR Study Department, V.I. Ulyanov (Lenin) St. Petersburg State Electrotechnical University “LETI”, St. Petersburg, Russia.

УДК 070

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-15-26

## **Деструктивные процессы в системе русскоязычных печатных СМИ Латвии начала XXI века: социополитический и медиалингвистический анализ**

**Дёмина А.Е.**

Институт лингвистических исследований РАН  
Россия, 199053, г. Санкт-Петербург, Тучков пер., д. 9

[alise.djomina@gmail.com](mailto:alise.djomina@gmail.com)

**Аннотация.** Понимание процессов, влияющих на зарубежное русскоязычное медиапространство, необходимо для реализации геополитических интересов России. Однако причины и механизмы процессов, ведущих к негативным изменениям в системе русскоязычных СМИ зарубежья, в недостаточной мере подвергаются научному осмыслению. Цель исследования — выявить причины распада системы русскоязычных общенациональных общественно-политических газет Латвийской Республики, имевших важное значение для консолидации русской диаспоры. Анализ структуры и характера повестки дня, нашедшей отражение на страницах изданий «Вести Сегодня», «Час» и «Телеграф» в 2008–2009 гг., позволил выявить деструктивные модели и содержательные способы их реализации. Показано, что деструктивные стратегии функционирования русскоязычной прессы Латвии сложились в период мирового экономического кризиса 2008–2009 гг. и были обусловлены не только политическими и экономическими причинами, но и содержательными моделями (в совокупности собственно содержательных и связанных с ними лингвистических факторов), которые выбрали сами СМИ. Данные об этих процессах, подтвержденные результатами социополитического и медиалингвистического анализа, вводятся автором в научный оборот и могут найти практическое применение при разработке государственной политики РФ по работе с соотечественниками, проживающими за рубежом.

**Ключевые слова:** Латвия, русская диаспора, русскоязычные СМИ, общенациональные общественно-политические газеты, стратегии функционирования СМИ, содержательная модель, информационная повестка дня

**Для цитирования:** Дёмина А.Е. 2025. Деструктивные процессы в системе русскоязычных печатных СМИ Латвии начала XXI века: социополитический и медиалингвистический анализ. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 15–26. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-15-26

---

## **Destructive Trends in the Russian-Language Print Media System in the 21<sup>st</sup> Century Latvia: Sociopolitical and Medialinguistic Analysis**

**Alisa E. Demina**

Institute for Linguistic Studies, Russian Academy of Sciences,  
9 Tuchkov pereulok, St. Petersburg 199053, Russia

[alise.djomina@gmail.com](mailto:alise.djomina@gmail.com)

**Abstract.** Understanding the processes that influence the foreign Russian-language media space is a significant factor for the implementation of Russia's geopolitical interests. However, the reasons that lead



to negative changes in the system of Russian-language media abroad are insufficiently studied. The article examines the destructive processes that led to the collapse of the Russian-language national socio-political press system in Latvia, which was of great importance for the consolidation of the Russian community. The collapse of the Russian-language media system in Latvia was caused not only by the policy of ethnic discrimination, political and economic reasons, but also by the orientation of newspaper publishers to such content models and linguistic ways of their implementation that had launched destructive processes. It seems important to identify both the actual content and related linguistic factors that determine the destructive strategies of the functioning of the Russian-language press in Latvia, which were formed during the global economic crisis of 2008-2009. The analysis of the structure and pattern of the information agenda made it possible to identify the features of the formation and development of a destructive content model. The most relevant methods for this issue are thematic content analysis, genre and stylistic analysis of newspapers. The data on the aforementioned destructive processes are introduced into scientific discourse and can find practical application in the development of the state policy of the Russian Federation for working with compatriots living abroad.

**Keywords:** Latvia, Russian diaspora, Russian-language media, national socio-political newspapers, media functioning strategies, content model, information agenda

**For citation:** Demina A.E. 2025. Destructive Trends in the Russian-Language Print Media System in the 21<sup>st</sup> Century Latvia: Sociopolitical and Medialinguistic Analysis. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 15–26 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-15-26

## Введение

Система русскоязычных СМИ, функционирующая за пределами России, имеет важное значение для сохранения и развития русской диаспоры. В случае ее исчезновения диаспора не только лишится возможности «быть полностью информированной, но и утратит уверенность в своем будущем, что может привести к нежеланию сохранить свою национальную идентичность» [Кузнецова, 2020, с. 196]. В странах бывшего СССР, в особенности ушедших из сферы влияния Российской Федерации, русская диаспора сталкивается с жесткой политикой этнической дискриминации. При этом многие русскоязычные СМИ усугубляют свое непростое положение, выбирая деструктивные стратегии функционирования, ведущие к их вырождению либо исчезновению. Подобные деструктивные процессы привели к распаду некогда мощной системы русскоязычной общенациональной общественно-политической прессы Латвии, которая имела большое значение для консолидации русской общины.

В 1980-е гг. в Латвии издавалось 43 газеты на русском языке и 64 – на латышском [Veinberga, 2005, с. 125]. Выходившая в Риге ежедневная общественно-политическая газета «Советская молодежь» успешно конкурировала с общесоюзными изданиями и выписывалась на территории всего СССР, ее тираж составлял около 1 млн экземпляров<sup>1</sup> (с 1991 по 1999 г. газета носила название «СМсегодня», с 1999 по 2017 г. – «Вести Сегодня», с 2017 г. по настоящее время – «Сегодня»). С обретением Латвией независимости и началом «строительства этнократического государства» [Фролов, 2023] позиции русскоязычных СМИ значительно пошатнулись. Исследователи латвийского медиапространства отмечают вмешательство правящих националистических элит Латвии в естественный процесс конкуренции на медиарынке, осуществляемое через законодательные механизмы и приводящее к снижению конкурентоспособности русскоязычных СМИ [Шнайдер, 2017; Фролов, 2023]. В этих условиях количество русскоязычных газет и журналов стало неуклонно уменьшаться: если в начале 2010-х гг. читателям было доступно 52 русскоязычных издания, то в начале 2020-х гг. их количество

<sup>1</sup> Русская пресса современной Латвии. 2010–2024. Русские Латвии. <http://www.russkije.lv/ru/lib/read/russian-press-of-latvianow.html> (дата обращения: 15.04.2024).

сократилось до 25 (с учетом еженедельных сборников сканвордов, зарегистрированных как СМИ)<sup>1</sup>. Система русскоязычных общенациональных общественно-политических газет прекратила существование в начале 2010-х гг. Газета «Телеграф» была закрыта, а газета «Час» – объединена с изданием «Вести Сегодня». В итоге в Латвии осталась одна русскоязычная общенациональная общественно-политическая газета («Сегодня»), исключенная из отношений здоровой рыночной конкуренции.

Особенно остро вопрос сохранения позиций на медиарынке встал перед СМИ Латвии (издающихся как на русском, так и на латышском языке) в период резкого ухудшения экономической конъюнктуры в 2008–2009 гг. Следует отметить, что 2008 год оказался кризисным для СМИ во всем мире, он был отмечен сильнейшим спадом прибыли и продаж в медиаотрасли<sup>2</sup>. Русскоязычная пресса Латвии, лишенная государственной поддержки и вынужденная конкурировать с источниками информации в Интернете, а также с доступными в Латвии российскими изданиями, оказалась в особенно уязвимом положении. Газеты и журналы, издававшиеся на русском языке, вынуждены были бороться за выживание на рынке путем формирования такой содержательной модели, которая позволила бы удерживать внимание аудитории, оставаться рентабельными и представлять интерес для спонсоров и инвесторов. Кризис повлек за собой не только уменьшение доходов, снижение зарплат и увольнение журналистов, но и изменение редакционных концепций, поиск новых инвесторов, смену собственников<sup>3</sup>.

Период экономического кризиса 2008–2009 гг. стал своего рода «точкой невозврата» для русскоязычных общенациональных общественно-политических газет Латвии. Они выбрали схожие содержательные модели и на их основании сформировали такие стратегии функционирования, которые позволили ненадолго удержать позиции на медиарынке, но в долгосрочной перспективе оказались деструктивными и сегодня привели к краху системы русскоязычных общенациональных общественно-политических газет Латвии.

Распад системы русскоязычных СМИ в Латвии был вызван не только политическими и экономическими причинами, но во многом и ориентацией издателей газет на такие содержательные модели и языковые способы их реализации, выбор которых «запустил» ряд деструктивных процессов. В результате востребованность русскоязычных общенациональных общественно-политических газет среди читательской аудитории, рекламодателей и инвесторов значительно снизилась.

В этой связи представляется важным выявить как собственно содержательные, так и связанные с ними лингвистические факторы, которыми обусловлены деструктивные стратегии функционирования русскоязычной прессы Латвии.

Научные труды, непосредственно посвященные этим СМИ, немногочисленны. Исследователи обращаются к истории и современности всей латвийской медиасистемы, тогда как русскоязычным газетам в их работах посвящены лишь отдельные параграфы [Veinberga, 2005; Шнайдер, 2017; Шнайдер, Колосова, 2020; Шнайдер и др., 2020]. О. И. Кузнецова [2020] изучает вопросы медиабезопасности русскоязычных СМИ Прибалтики. Монографии С.А. Михайлова [2002, 2006] посвящены русскоязычным печатным СМИ Латвии начала 2000-х гг. Л.Г. Каширина [2021] фокусируется на отдельных аспектах функционирования русского языка на страницах латвийской прессы. Русскоязычная пресса Латвии до сих пор не рассматривалась в единстве двух аспектов –

<sup>1</sup> Laikraksti krievu valoda. 2024. Latvijas Pasts Preses Izdevumu Abonēšana. URL: [https://abone.lv/lv/newspapers\\_ru/](https://abone.lv/lv/newspapers_ru/) (accessed: April 15, 2024).

<sup>2</sup> Weprin A. 2024. The Media Is Melting Down, and Neither Billionaires Nor Journalists Can Seem to Stop It. The Hollywood Reporter, January 25, 2024. URL: <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/media-in-decline-advertising-layoffs-labor-unrest-1235806888/> (accessed: April 16, 2024).

<sup>3</sup> Губин М. 2019. Русская пресса Латвии: начало и конец. Sputnik Латвия, 23 июля 2019 г. URL: <https://lv.sputniknews.ru/20190723/Russkaya-pressa-Latvii-nachalo-i-konets-12113857.html> (дата обращения: 15.04.2024).



социополитического и медиалингвистического. Нам представляется, что именно такое комплексное исследование будет способствовать выявлению динамики этой медиасистемы в первой четверти XXI века, а также поможет обозначить механизмы, приведшие к ее деградации.

### **Материалы и методы исследования**

Эмпирической базой предпринятого нами исследования стал корпус газетных текстов 2008–2009 гг. Проанализированы 597 выпусков газеты «Вести Сегодня», 497 выпусков газеты «Час» и 492 выпуска газеты «Телеграф».

Методологическими основаниями работы являются: теория повестки дня [McCombs, Shaw, 1972; Дьякова, Трахтенберг, 2001], типология жанров периодической печати [Типология периодических..., 1984; Засурский и др., 2001; Массмедиа российского..., 2009; Корконосенко, 2017], а также методика медиалингвистического анализа газетного текста в единстве тематического, жанрового и стилистического аспектов [Коньков, 2004; Кожина, 2014; Корконосенко, 2017; Тертычный, 2017; Дускаева, 2019; Дускаева, Салимовский, 2020; Ким, Пак, 2020].

Как правило, журналисты выстраивают содержательную структуру издания в соответствии с запросами читательской аудитории, чтобы привлечь ее интерес. При этом запросы могут быть как реальными, так и искусственно сформированными и навязанными аудитории самим журналистом. Важнейшим фактором, определяющим содержательную структуру того или иного СМИ, является выбор повесткообразующих тем и характера их подачи [Демина, 2013, с. 17]. Речь идет о стратегическом выборе, так как способность формировать такую повестку дня, которая может заинтересовать читателей, и использовать для ее формирования языковые средства, вызывающие интерес аудитории, позволяет изданию сохранить или даже упрочить свои позиции на медиарынке. Анализ структуры и характера информационной повестки дня дает возможность выявить ту составляющую стратегий функционирования русскоязычных изданий, которая связана с их содержательным наполнением.

Наиболее релевантными методами для решения этой задачи выступают тематический контент-анализ, а также жанровый и стилистический анализ корпуса газетных текстов. О том, как на страницах газет раскрывается структура информационной повестки дня, позволяет судить жанрово-стилистический анализ. Исследование жанрового и стилистического своеобразия публикаций (наряду с тематическим обзором) позволяет выявить содержательную модель, сформированную СМИ.

### **Результаты исследования и обсуждение**

#### ***1. Структура повестки дня русскоязычной прессы Латвии***

Повестка дня представлена на страницах рассматриваемых изданий более чем 30 темами – от экономики до жизни звезд. Такой широкий охват, призванный удовлетворить большую часть информационных запросов аудитории, указывает на тенденцию к универсализации. В условиях резкого снижения покупательной способности населения, когда среднестатистический читатель мог позволить себе покупку только одной газеты, общественно-политические издания взяли на себя рекреационно-развлекательную функцию СМИ, традиционно реализуемую еженедельными газетами-«толстушками». Это привело к бульваризации русскоязычных газет, стремившихся сохранить целевую аудиторию за счет потакания ее обывательским интересам.

В ходе освещения темы «экономический кризис» латвийские русскоязычные газеты отказались от реализации ряда функций, присущих СМИ как социальному институту [Массмедиа российского..., 2009, с. 243–244]. Не были реализованы отражательно-прогностическая, познавательная-эвристическая и воспитательная функции: издания лишь

констатировали факты, не уделяя должного внимания их анализу, прогнозированию развития ситуации, ликвидации финансовой и юридической безграмотности населения<sup>1</sup>. Вместо этого газеты сфокусировались на конструировании «образа врага» и трансляции таких антиценностей, как конфликт, противостояние и конфронтация. Информационная повестка дня была намеренно политизирована: в публикация<sup>2</sup>, насыщенных эмоционально-оценочной лексикой, правящие политические силы обвинялись в возникновении и эскалации кризиса, а также активно эксплуатировалась тема социального противостояния по линии «власть – народ»<sup>3</sup>. Тенденция к бульваризации СМИ проявилась в публикация<sup>4</sup>, посвященных громким политическим скандалам (с активной эксплуатацией «образа врага»).

В период экономического кризиса усилилась финансово-экономическая и политическая зависимость русскоязычных СМИ от владельцев, рекламодателей и политических деятелей, резко возросло количество комплиментарных материалов, представлявших точку зрения лишь одного политического игрока<sup>5</sup>. Русскоязычные общенациональные общественно-политические газеты оказались ангажированными, открыто поддерживая пришедшую к власти в Риге партию «Центр Согласия» (ЦС), а также лоббируя интересы инвесторов и спонсоров<sup>6</sup>. Следует также отметить, что действия частных банков, способствовавшие эскалации экономического кризиса, не вошли в число повесткообразующих тем, что объясняется экономической зависимостью редакций газет от различных финансовых банковских групп.

Вовлеченность СМИ в «политические игры» привела к тому, что на страницах русскоязычных газет количество публикаций на тему «политика» преобладало над количеством публикаций на тему «экономический кризис». Не была актуализирована тема, которая условно может быть названа «русские вопросы» (этническая дискриминация, уничтожение образования на русском языке и т. д.). Подобный отход от актуализации «русских вопросов» был характерен также для политической программы партии «Центр Согласия», чьим рупором стали русскоязычные общенациональные общественно-политические газеты.

## **2. Характер повестки дня русскоязычной прессы Латвии**

Жанровое своеобразие. Повесткообразующие темы раскрывались на страницах изданий «Вести Сегодня», «Час» и «Телеграф» преимущественно с помощью текстов информационных жанров (около 70 % публикаций). Преобладали событийные заметки, отличавшиеся обилием факультативных речевых действий (эмоционально-насыщенные заголовки и лиды, обращение к читателю и т. д.), реализующих функцию экспрессивно-эмоционального воздействия и установления контакта с аудиторией.

Заметки содержали информацию нескольких типов: фактологическую («Рабочий график Калвитиса остается столь же напряженным, как и во времена премьерства»<sup>7</sup>);

<sup>1</sup> Население Латвии финансово безграмотно. Rus.db.lv: бизнес-портал. URL: <http://rus.db.lv/finansy/naselenie-latvii-finansovo-bezgramotno-43583> (дата обращения: 27.03.24).

<sup>2</sup> Тупые навсегда? Вести сегодня, № 67 (2922), 27.03.2009; Глухих А. 2009. Безумцы ведут страну к «крепкой руке». Телеграф, № 111 (1902), 12.06.2009; Кириллов П. 2008. Молочные реки в налоговых берегах. Час, № 119 (3262), 25.06.2008; Импотенция. 2009. Вести сегодня, №13 (2862), 16.01.2009; и мн. др.

<sup>3</sup> Народ дожмут налогами. 2009. Вести сегодня, № 5 (2854), 07.01.2009; Глухих А. 2008. Народ лает, а караван идет. Телеграф, № 32 (1576), 15.02.2008; Чиновники сели на шею безработным. 2009. Телеграф, № 221 (2012), 19.11.2009; Пять пикетов – и все без ответов. 2008. Час, № 245 (3388), 19.12.2008; и мн. др.

<sup>4</sup> В Свинорыле опознали Калвитиса. 2008. Вести сегодня, № 124 (9704), 31.05.2008; Прозаседавшиеся. 2008. Час, № 112 (3255), 12.06.2008; Глухих А. 2009. Куда исчез миллиард? Телеграф, № 28 (1819), 11.02.2009; и др.

<sup>5</sup> Слюсарева Е. 2010. Тормоз демократии. Вести Сегодня, № 199 (3422), 28.12.2010.

<sup>6</sup> Колыванский В. Партийная продажность сокращает тиражи латвийских газет. Regnum Беларусь. URL: <http://www.regnum.by/news/1319938.html> (дата обращения: 18.03.24); Слюсарева Е. 2011. Журналисты качают мускулы. Вести Сегодня, № 12 (3477), 16.02.2011; Митрофанов М. 2011. Цели консолидации Русского мира изменились. Балтийский Мир, № 05, 20.12.2011.

<sup>7</sup> Кормилец Калвитис. 2009. Час, № 207 (3600), 28.10.2009.



нормативную («Канцелярия президента должна из 74 чиновников уволить... одного»<sup>1</sup>); превентивную («Заказных убийств будет еще много»<sup>2</sup>); вероятностную («Возможно, «новая» профессия ему еще пригодится...»<sup>3</sup>); оценочную («...наше правительство чаще всего выглядит беспомощным, как вооруженный картонным мечом мальчик, посланный сражаться с драконом»<sup>4</sup>). Оценочная информация активно использовалась журналистами для конструирования «образа врага» (некомпетентной, слабой и коррумпированной власти, неспособной справиться с экономическим кризисом), выражения иронии и сарказма.

В условиях, когда собственники прессы оптимизировали расходы за счет сокращения журналистского штата и заработной платы сотрудников, русскоязычный журналист вынужден был работать в нескольких СМИ одновременно либо заниматься подготовкой PR-материалов<sup>5</sup>. Это привело к существенному снижению качества журналистских текстов. Исследователи латвийских СМИ отмечают уменьшение объема газетных публикаций и их разнообразия, сокращение числа аналитических материалов, обращение преимущественно к таким информационным жанрам, как заметка, отчет и информационное интервью [Шнайдер, 2017, с. 15]. Так, в 2008–2009 гг. стали исчезать тексты аналитических жанров, требующие от журналистов длительной подготовки, а от аудитории – внимательного и вдумчивого чтения.

Редакционные статьи (колонки редактора), в задачи которых входит реализация ориентационно-регулятивной функции СМИ, в русскоязычных изданиях были распространены слабо. В газетах «Вести Сегодня», «Час» и «Телеграф» возросло количество не собственно журналистских аналитических материалов, а более простых жанров, наиболее частотным из которых стал комментарий экспертов.

В комментарии вся работа по выявлению причинно-следственных связей и прогнозированию развития событий выполнялась привлеченными к сотрудничеству со СМИ экспертами, в качестве которых выступали известные политики, госслужащие, общественные деятели и т. д.<sup>6</sup>. Одной из задач комментария было создание имиджа авторитетных общественно-политических газет, являющихся «открытыми площадками» для высказывания различных точек зрения, хотя об истинном плюрализме мнений говорить невозможно, так как подбор экспертов предполагал их критический настрой по отношению к правящим политикам. Также активно публиковались комментарии, авторы которых использовали экспрессивные языковые средства для выражения своей позиции и критики власти<sup>7</sup>.

Русскоязычные печатные СМИ Латвии долгое время ориентировались на публицистическую модель прессы, характерную для России и противопоставленную европейской и североамериканской моделям, в которых преобладает фактологическая, объективированная манера подачи материала [Корконосенко, 2017, с. 19–20]. В рамках российской модели печатных СМИ вершиной журналистского мастерства считаются художественно-публицистические жанры [Тертычный, 2017, с. 198], отличающиеся художественной образностью и эмоциональной насыщенностью. Однако на страницах

<sup>1</sup> Чиновники сели на шею безработным. 2009. Телеграф, № 221 (2012), 19.11.2009.

<sup>2</sup> Павлов Е. 2008. Заказных убийств будет еще много. Телеграф, № 9 (1553), 15.01.2008.

<sup>3</sup> Хлеб премьера. 2009. Вести Сегодня, № 149 (3022), 01.08.2009.

<sup>4</sup> Кириллов П. 2008. Молочные реки в налоговых берегах. Час, № 119 (3262), 25.06.2008.

<sup>5</sup> Latvijas mediju vides daudzveidība. 2018. Ed. V. Zelče. Rīga, LU Akadēmiskais apgāds, 551 p. URL: [https://www.szf.lu.lv/fileadmin/user\\_upload/szf\\_faili/Petnieciba/Latvijas-mediju-vides-daudzveidiba-small.pdf](https://www.szf.lu.lv/fileadmin/user_upload/szf_faili/Petnieciba/Latvijas-mediju-vides-daudzveidiba-small.pdf) (accessed: March 27, 2024).

<sup>6</sup> Такой приговор вынесли государству бизнесмены. 2009. Телеграф, № 25 (1816), 06.02.2009; В чем латышская гордость? 2008. Вести Сегодня, № 76 (2626), 02.04.2008; Премьер-иностранец. 2009. Час, № 14 (3407), 21.01.2009; и мн. др.

<sup>7</sup> Кидалово по-латвийски. 2009. Вести Сегодня, № 148 (3021), 31.07.2009; Пока премьера Годманиса не ограбят – он не поймет, что происходит в стране! 2009. Час, № 3 (3396), 06.01.2009; Эндзиньш распустил бы Сейм. 2008. Телеграф, № 150 (1694), 08.08.2008; и мн. др.

русскоязычных газет Латвии в период экономического кризиса они были представлены наиболее простыми формами, которые не требовали такой серьезной журналистской работы и вдумчивого чтения, каких требует очерк или фельетон. Издания «Вести Сегодня», «Час» и «Телеграф» публиковали зарисовки (о природе, портретные и публицистические), стихи и анекдоты (преимущественно о латвийских правящих политиках), призванные удовлетворить эстетические потребности аудитории, а также потребность в отдыхе и развлечении<sup>1</sup>.

Сокращение количества и снижение качества газетных текстов аналитических и художественно-публицистических жанров свидетельствует об отходе русскоязычных печатных СМИ от многолетней «российской» традиции «прессы мнений», для которой главным достоинством журналистских материалов является не фактологичность, а четкая авторская позиция [Voltmer, 2000, с. 478], и переориентации на «западную» модель «прессы факта».

Стилистическое своеобразие. Необходимость удерживать внимание читательской аудитории, ставшая особенно актуальной в период экономического кризиса, привела к усилению воздействующей функции газетных текстов. Воздействие на эмоциональную сферу читателя происходило за счет более активного, нежели в докризисные годы, использования экспрессивных элементов. К примеру, с их помощью издания формировали эмоционально насыщенный «образ врага» (правящих политиков): *«Наше государство со вчерашнего дня напоминает подростка, которому удалось стрельнуть у родителей деньги, и теперь он может купить себе и друзьям пива, а девочкам – конфет»*<sup>2</sup>.

В период экономического кризиса актуализировалась оценочно-экспрессивная функция заголовков. Так, если в конце 2007 года в русскоязычных общенациональных общественно-политических газетах преобладали заголовки с фактической, событийной и предметной семантикой, то в 2009 году большая часть заголовков имела модальную и оценочную семантику. Начиная с 2009 года в заголовках активно использовались стилистические эффекты усиленного и обманутого ожидания: к примеру, каламбурные построения (*«Будка-незабудка»*<sup>3</sup>; *«Круче Крутого»*<sup>4</sup>), вопросительные конструкции (*«Бабушки нарожают?»*<sup>5</sup>; *«А чем Пушкин им не угодил?»*<sup>6</sup>), непонятное вне контекста использование кавычек (*«Дары “пингвинов”»*<sup>7</sup>), смысловая несочетаемость (*«Бобры-террористы»*<sup>8</sup>).

Следует отметить также широкое использование в заголовках конструкций с прямой речью и псевдоцитатами (*«Илзе Островска: “Терпеть придется минимум пять лет”*<sup>9</sup>); *«Политолог: у власти начинается истерика»*<sup>10</sup>), а также прецедентных текстов (в том числе трансформированных) (*«Партия Затилерса – сила народная?»*<sup>11</sup>; *«Зима! Крестьянин протестует...»*<sup>12</sup>); *«Народ лает, а караван идет»*<sup>13</sup>).

<sup>1</sup> Валентинов снег. 2008. Час, № 32 (3175), 15.02.2008; Клиника.lv предлагает сеанс смехотерапии. 2008. Телеграфы, №52 (1596), 14.03.2008; Сероглазый день постучал в окно... 2009. Вести Сегодня, № 211 (3096), 27.10.2009; и мн. др.

<sup>2</sup> С новым траншем! 2009. Час, № 141 (3534), 28.07.2009.

<sup>3</sup> Будка-незабудка. 2009. Час, № 212 (3605), 04.11.2009.

<sup>4</sup> Дубков А. 2009. Круче Крутого. Телеграф, № 179 (1970), 21.09.2009.

<sup>5</sup> Бабушки нарожают? 2009. Вести Сегодня, № 110 (2974), 03.06.2009.

<sup>6</sup> А чем Пушкин им не угодил? 2009. Час, № 172 (3565), 09.09.2009.

<sup>7</sup> Дары «пингвинов». 2009. Вести Сегодня, № 30 (2879), 05.02.2009.

<sup>8</sup> Бобры-террористы. 2009. Вести Сегодня, № 234 (3123), 28.11.2009.

<sup>9</sup> Ошкая И. 2008. Илзе Островска: «Терпеть придется минимум пять лет». Час, № 145 (3288), 31.07.2008.

<sup>10</sup> Политолог: у власти начинается истерика. 2009. Телеграф, № 129 (1920), 13.07.2009.

<sup>11</sup> Партия Затилерса – сила народная? 2009. Вести Сегодня, № 106 (2967), 26.05.2009.

<sup>12</sup> Зима! Крестьянин протестует... 2009. Час, № 15 (3408), 22.01.2009.

<sup>13</sup> Глухих А. 2008. Народ лает, а караван идет. Телеграф, № 32 (1576), 15.02.2008.



Помимо вышеперечисленного в заголовках газет «Вести Сегодня», «Час» и «Телеграф» широко использовались: восклицательные предложения («*Психи на воле!*»<sup>1</sup>; «*Руки прочь от НДС!*»<sup>2</sup>), обращения («*Кого боитесь, депутаты?*»<sup>3</sup>; «*Принимай, Родина, транш МВФ!*»<sup>4</sup>), вопросно-ответные единства («*Мыли?*»<sup>5</sup>; «*Теперь придется париться*»<sup>5</sup>; «*Позагорали? Теперь помокнем*»<sup>6</sup>), побудительные предложения («*Прибери Ригу!*»<sup>7</sup>; «*Предъявите ваши накопления!*»<sup>8</sup>).

Для усиления воздействия на аудиторию и сокращения дистанции между автором и читателем русскоязычные издания широко использовали элементы, характерные для разговорной речи. Наиболее активно журналистами применялась просторечная лексика («*Не фигу ж себе компенсации!*»<sup>9</sup>; «*Прям тропики какие-то*»<sup>10</sup>; «*Главный языковед страны Добелис снова “зажигает”*»<sup>11</sup>), в том числе латышизмы («*Не дороговато ли, кунги?*» (от латышского «*kungi*» – «господа»)<sup>12</sup>) и жаргонизмы («*Пахан приехал...*»<sup>13</sup> – «Вести Сегодня» о визите министра финансов Швеции; «*Чиновники в законе*»<sup>14</sup>; «*Что сортировать-то? Базар?*»<sup>15</sup>). Возросло количество жаргонных словоупотреблений, причем преобладающим стал тюремный жаргон, который использовался преимущественно в материалах, посвященных правящим политикам и чиновникам.

В 2008–2009 гг. русскоязычные информационные общественно-политические газеты Латвии активно стремились диалогизировать тексты, вовлечь читателя в свою эмоциональную сферу. Более частотным стало употребление контактоустанавливающих средств. Диалогизация журналистских текстов способствовала созданию впечатления максимально короткой дистанции между редакцией и читателем, формированию образа газеты-друга: «*Что ж, такова предвыборная жизнь — очень политизированная, крикливо-заявляющая, шумная.... Потерни, друг*»<sup>16</sup>.

### Заключение

Анализ сформировавшейся в 2008–2009 гг. содержательной модели русскоязычных общенациональных общественно-политических газет Латвии и языковых способов реализации этой модели (характер и структура информационной повестки дня) позволил выявить основные тенденции, которые «запустили» процессы самоуничтожения русской прессы Латвии.

**Универсализация** тематики привела к тому, что русскоязычные газеты стали освещать вопросы, включаемые ими в повестку дня, поверхностно и упрощенно, часто допуская фактологические ошибки. Необходимость осветить максимальное число тем в предельно сжатые сроки силами ограниченного штата журналистов привела к снижению качества газетных материалов и уменьшению их жанрового разнообразия.

<sup>1</sup> Психи на воле! 2009. Вести Сегодня, № 184 (3063), 18.09.2009.

<sup>2</sup> Руки прочь от НДС! 2008. Час, № 242 (3385), 16.12.2008.

<sup>3</sup> Кого боитесь, депутаты? 2008. Вести Сегодня, № 253 (2803), 31.10.2008.

<sup>4</sup> Принимай, Родина, транш МВФ! 2009. Час, № 164 (3557), 28.08.2009.

<sup>5</sup> «Мыли»? Теперь придется париться. 2009. Час, № 211 (3604), 03.11.2009.

<sup>6</sup> Позагорали? Теперь помокнем. 2008. Час, № 109 (3252), 09.06.2008.

<sup>7</sup> Прибери Ригу! 2008. Вести Сегодня, № 210, (2760), 11.09.2008.

<sup>8</sup> Глухих А. 2009. Предъявите ваши накопления! Телеграф, № 72(1863), 16.04.2009.

<sup>9</sup> Не фигу ж себе компенсации! 2008. Вести Сегодня, № 171, (2721), 28.07.2008.

<sup>10</sup> Прям тропики какие-то. 2009. Час, № 124 (3517), 03.07.2009.

<sup>11</sup> Язык вместо «нагана». 2008. Вести Сегодня, № 111 (2661), 16.05.2008.

<sup>12</sup> 29 500 латов. 2008. Вести Сегодня, № 52 (2602), 03.03.2008.

<sup>13</sup> Пахан приехал... 2009. Вести Сегодня, № 71 (2925), 31.03.2009.

<sup>14</sup> Андрианова Т. 2008. Чиновники в законе. Час, № 181 (3324), 19.09.2008.

<sup>15</sup> Сортируй с Пунктуалисом. 2008. Вести Сегодня, № 209, (2759), 10.09.2008.

<sup>16</sup> Читатель! 2009. Вести Сегодня, № 111 (2975), 04.06.2009.

Установка на *упрощение формы и содержания* привела к значительному уменьшению количества аналитических материалов на страницах русскоязычных изданий. Они отказались от выполнения многих социально значимых функций СМИ, сделав упор на реализацию рекреационно-развлекательной функции за счет публикации материалов, характерных для бульварной журналистики.

Использование контактоустанавливающих средств для *диалогизации* и экспрессивных элементов для *эмоционализации* журналистских текстов, на первый взгляд, являлось признаком «читателецентричности» газет. Однако, расположив к себе читателя и манипулируя его эмоциями, СМИ создавали лишь видимость ориентации на интересы аудитории, в действительности же они действовали в интересах инвесторов и спонсоров. В данном контексте изданиям необходимо было устанавливать и поддерживать тесный контакт с читателями, создавать *видимость плюрализма мнений и объективности*, чтобы сохранять охват аудитории и оставаться «ликвидным товаром» для крупных компаний, холдингов, банков, политиков, целью которых являлось воздействие на русскоязычную аудиторию через СМИ.

Именно следованием интересам спонсоров объясняется чрезмерная *политизация* русскоязычных общенациональных общественно-политических газет Латвии в 2008–2009 гг., когда тема «политика» превалировала даже над темой «экономический кризис». Издания активно использовали экспрессивные средства речи для конструирования «образа врага» и сведения политических счетов. Когда же «политический заказ» был выполнен и количество экспрессивных элементов значительно сократилось, читатели утратили интерес к газетам.

В угоду сиюминутным политическим интересам издания отказались от реализации сверхзадачи, стоящей перед русскоязычными СМИ, функционирующими за рубежом. *Сделав «русские вопросы» неактуальными*, они способствовали утрате проживающими в Латвии российскими соотечественниками национальной идентичности, их ассимиляции и в конечном итоге уничтожению аудитории русскоязычной прессы.

Безусловно проигрышной стратегией для русскоязычных общенациональных общественно-политических газет стал *отказ от традиции «прессы мнений» и переориентация на фактологическую модель*. В современных условиях СМИ не могут конкурировать с информационно-новостными порталами и социальными сетями в качестве источника информации.

Все перечисленные деструктивные тенденции наметились в 2008–2009 гг., а сформировавшиеся на их основе стратегии функционирования прессы привели к исчезновению с латвийского медиарынка двух русскоязычных общенациональных общественно-политических газет – «Час» и «Телеграф». Единственное оставшееся в этой нише издание – газета «Сегодня» – по сей день продолжает следовать редакционной политике, выработанной во время мирового экономического кризиса, с той лишь разницей, что это СМИ больше не используется инвесторами и спонсорами для «сведения политических счетов», поэтому в нем сократилось количество эмоционально насыщенных журналистских материалов. Газета не имеет четко артикулированной собственной позиции по вопросам повестки дня, не публикует какую бы то ни было эксклюзивную информацию или качественные аналитические материалы. При этом, по оценкам бывших главных редакторов, процент возврата тиража издания составляет 30–40 %<sup>1</sup>, что указывает на невысокий спрос у читательской аудитории.

Таким образом, проведенный социополитический и медиалингвистический анализ позволил выявить деструктивные стратегии, которые привели к распаду системы

---

<sup>1</sup> Губин М. 2019. Русская пресса Латвии: начало и конец. Sputnik Латвия, 23 июля 2019 г. URL: <https://lv.sputniknews.ru/20190723/Russkaya-pressa-Latvii-nachalo-i-konets-12113857.html> (дата обращения: 15.04.2024).



общенациональной русскоязычной общественно-политической прессы Латвии. Эти данные, будучи введенными в научный оборот, могут найти практическое применение при разработке и внедрении государственной политики РФ по работе с соотечественниками, проживающими за рубежом, что способствовало бы реализации концепции международного трансконтинентального сообщества «Русский мир» и соответствовало геополитическим интересам России. Выводы и результаты исследования могут иметь практическую значимость для медиахолдингов, чья деятельность связана с русскоязычными СМИ зарубежья, а также найти применение в научной сфере и в высшей школе (при разработке университетских образовательных программ по зарубежной журналистике).

### Список литературы

- Демина А. 2013. Русскоязычные печатные СМИ Латвийской Республики в условиях глобального экономического кризиса 2007–2010 гг. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Санкт-Петербург, 26 с.
- Дускаева Л.Р. 2019. Стилистический анализ в медианлингвистике. Москва, Флинта, 340 с.
- Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. 2020. Текст и стиль: в поисках репродуктивных моделей журналистской профессиональной речевой деятельности. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 6: 41–76. DOI: [10.30547/vestnik.journ.6.2020.4176](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2020.4176)
- Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. 2001. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется «повестка дня»? Под ред. С.Д. Балмаевой. Екатеринбург, Издательство Гуманитарного университета, 130 с.
- Засурский Я.Н., Алексеева М.И., Болотова Н.Д. 2001. Система средств массовой информации России. Под ред. Я.Н. Засурского. Москва, Аспект пресс, Издательство Московского университета, 259 с.
- Каширина Л. Г. 2021. Русско-латышское культурно-языковое взаимодействие в дискурсе русскоязычных медиа Латвии. В кн.: *Жизнь языка в культуре и социуме*. Под ред. Е.А. Булат. Минск, МГЛУ: 127–133.
- Ким М.Н., Пак Е.М. 2020. Жанры печатных и электронных СМИ. Санкт-Петербург, Питер, 448 с.
- Кожина М.Н. 2014. Речеведение. Теория функциональной стилистики: избранные труды. Москва, Флинта, Наука, 620 с.
- Коньков В.И. 2004. Речевая структура газетных жанров. Санкт-Петербург, Роза мира, 219 с.
- Корконосенко С.Г. 2017. Введение в журналистику. Москва, КНОРУС, 270 с.
- Кузнецова О.И. 2020. К вопросу о медиабезопасности русскоязычных СМИ в странах Балтии. В кн.: *Языковая политика и лингвистическая безопасность. Материалы IV Международного научно-образовательного форума (Нижний Новгород, 01–02 октября 2020 г.)*. Под ред. Р.М. Шамилова. Нижний Новгород, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова: 193–197.
- Массмедиа российского мегаполиса: типология печатных СМИ. 2009. Под ред. М.А. Шишкиной. Санкт-Петербург, Роза мира, 323 с.
- Михайлов С.А. 2002. Периодическая печать Латвии. Санкт-Петербург, Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 210 с.
- Михайлов С.А. 2006. Журналистика стран Балтии. Санкт-Петербург, Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 210 с.
- Тертычный А.А. 2017. Жанры периодической печати. Москва, Аспект пресс, 315 с.
- Типология периодических изданий. 1984. Под ред. Е.А. Корнилова. Ростов-на-Дону, Издательство Ростовского университета, 157 с.
- Фролов В.В. 2023. Этнократическое государство в Латвии как угроза национальным интересам России в Балтийском регионе. *Метаморфозы истории*, 27. DOI: [10.37490/S230861810024300-0](https://doi.org/10.37490/S230861810024300-0)
- Шнайдер А.А. 2017. Особенности развития традиционных и новых СМИ Латвии. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 17 с.
- Шнайдер А.А., Колосова А.А. 2020. СМИ Латвии: история развития и современность. Москва, Первое экономическое издательство, 227 с. DOI: [10.18334/9785912923227](https://doi.org/10.18334/9785912923227)
- Шнайдер А.А., Колосова А.А., Поплавская Н.В. 2020. Ключевые направления развития медиасистемы Латвии. *Коммуникативные исследования*, 7(1): 19–28. DOI: [10.24147/2413-6182.2020.7\(1\).19-28](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2020.7(1).19-28)

- McCombs M., Shaw D. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass-Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2): 176–187. DOI: [10.1086/267990](https://doi.org/10.1086/267990)
- Veinberga S. 2005. Masmediji Prese, radio un televīzija. Rīga, Zvaigzne ABC, 360 p.
- Voltmer K. 2000. Constructing Political Reality in Russia. *European Journal of Communication*, 15(4): 469–500. DOI: [10.1177/0267323100015004002](https://doi.org/10.1177/0267323100015004002)

## References

- Demina A. 2013. Russkoyazychnye pechatnye SMI Latviiskoi Respubliki v usloviyakh global'nogo ekonomicheskogo krizisa 2007-2010 gg. [Russian-language print media of the Republic of Latvia in the context of the global economic crisis of 2007–2010]. Abstract ... Cand. Philol. Sciences. St. Petersburg, 26 p.
- Duskaeva L.R. 2019. Stilisticheskii analiz v medianlingvistike [Stylistic analysis in medial linguistics]. Moscow, Publ. Flinta, 340 p.
- Duskaeva L.R., Salimovsky V.A. 2020. Text and Style: in the Search of Reproductive Models of Journalistic Professional Speech Activity. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 6: 41–76. DOI: [10.30547/vestnik.journ.6.2020.4176](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2020.4176)
- D'yakova E.G., Trakhtenberg A.D. 2001. Massovaya kommunikatsiya: modeli vliyaniya. Kak formiruetsya «povestka dnya» [Mass Communication: Models of Influence. How is the “Agenda” Formed]? Ed. S.D. Balmaeva. Ekaterinburg, Publ. Izdatel'stvo Gumanitarnogo universiteta, 130 130 p.
- Zasurskii Ya.N., Alekseeva M.I., Bolotova N.D. 2001. Sistema sredstv massovoi informatsii Rossii [The system of mass media of Russia]. Ed. Ya.N. Zasursky. Moscow, Publ. Aspekt press, Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, 259 p.
- Kashirina L.G. 2021. Russko-latyshskoe kul'turno-yazykovoe vzaimodeistvie v diskurse russkoyazychnykh media Latvii [Russian-Latvian cultural and linguistic interaction in the discourse of Russian-language media in Latvia]. In: Zhizn' yazyka v kul'ture i sotsiume [Life of the language in culture and society]. Collection of scientific articles. Ed. E.A. Bulat. Minsk, Publ. MGLU: 127–133.
- Kim M.N., Pak E.M. 2020. Zhanry pechatnykh i elektronnykh SMI [Genres of Print and Electronic Media]. St. Petersburg, Publ. Piter, 448 p.
- Kozhina M.N. 2014. Rechevedenie. Teoriya funktsional'noi stilistiki: izbrannye trudy [Speech Studies. Theory of Functional Stylistics: Selected Works]. Moscow, Publ. Flinta, Nauka, 620 p.
- Kon'kov V.I. 2004. Rehevaya struktura gazetnykh zhanrov [Speech structure of newspaper genres]. St. Petersburg, Publ. Roza mira, 219 p.
- Korkonosenko S.G. 2017. Vvedenie v zhurnalistiku [Introduction to Journalism]. Moscow, Publ. KNORUS, 270 p.
- Kuznetsova O.I. On the Issue of Media Security of Russian-language Media in the Baltic States. In: Yazykovaya politika i lingvisticheskaya bezopasnost' [Language policy and linguistic security]. Proceedings of the IV International Scientific and Educational Forum (Nizhny Novgorod, October 1–2, 2020). Ed. R.M. Shamilov. Nizhny Novgorod, Publ. Nizhegorodskii gosudarstvennyi lingvisticheskii universitet im. N.A. Dobrolyubova: 193–197.
- Massmedia rossiiskogo megapolisa: tipologiya pechatnykh SMI [Mass media of the Russian metropolis: typology of printed media]. 2009. Ed. M.A. Shishkina. St. Petersburg, Publ. Roza mira, 323 p.
- Mikhailov S.A. 2002. Periodicheskaya pechat' Latvii [Periodical press of Latvia]. St. Petersburg, Publ. St. Petersburg State University, 210 p.
- Mikhailov S.A. 2006. Zhurnalistika stran Baltii [Journalism of the Baltic countries]. St. Peterburg, Publ. St. Petersburg State University, 210 p.
- Tertychnyi A.A. 2017. Zhanry periodicheskoi pechaty [Genres of periodical press]. Moscow, Publ. Aspekt press, 315 p.
- Tipologiya periodicheskikh izdaniy [Typology of periodicals]. 1984. Ed. E.A. Kornilov. Rostov-on-Don, Publ. Izdatel'stvo Rostovskogo universiteta, 157 p.
- Frolov V. 2023. Ethnocratic State in Latvia as a Threat to Russia's National Interests in the Baltic Region. *Metamorphoses of history*, 27. DOI: [10.37490/S230861810024300-0](https://doi.org/10.37490/S230861810024300-0)
- Shnaider A.A. 2017. Osobennosti razvitiya traditsionnykh i novykh SMI Latvii [Features of the development of traditional and new media in Latvia]. Abstract ... Cand. Philological Sciences. Moscow, 17 p.



- Shnaider A.A., Kolosova A.A. 2020. Mass media of Latvia: its historical development and modernity. Moscow, Publ. Pervoe ekonomicheskoe izdatel'stvo, 227 p. (in Russian). DOI: [10.18334/9785912923227](https://doi.org/10.18334/9785912923227)
- Shnaider A.A., Kolosova A.A., Poplavskaya N.V. 2020. Key trends of Latvian media system. *Communication Studies*, 7(1): 19–28 (in Russian). DOI: [10.24147/2413-6182.2020.7\(1\).19-28](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2020.7(1).19-28)
- McCombs M., Shaw D. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass-Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2): 176–187. DOI: [10.1086/267990](https://doi.org/10.1086/267990)
- Veinberga S. 2005. Masmеdiji Prese, radio un televīzija [Mass media Press, radio and television]. Riga, Publ. Zvaigzne ABC, 360 p.
- Voltmer K. 2000. Constructing Political Reality in Russia. *European Journal of Communication*, 15(4): 469–500. DOI: [10.1177/0267323100015004002](https://doi.org/10.1177/0267323100015004002)

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 23.04.2024

Поступила после рецензирования 31.01.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received April 23, 2024

Revised January 31, 2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Дёмина Алиса Евгеньевна**, кандидат филологических наук, научный сотрудник Отдела лексикографии современного русского языка, Институт лингвистических исследований РАН, г. Санкт-Петербург, Россия.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Alisa E. Demina**, Candidate of Philological Sciences, Researcher, Department of Modern Russian Lexicography, Institute for Linguistic Studies, Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russia.

УДК 070

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-27-36

## UGC в telegram-каналах средств массовой информации. Опыт белгородских интернет-изданий

<sup>1</sup> Корнышева П.Е., <sup>2</sup> Карпенко И.И.

<sup>1</sup> ООО «АСТРУМ ЛАБ»,

Россия, 125315, г. Москва, пр. Ленинградский, д. 70

<sup>2</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет,

Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85

[kornysheva\\_pe@mail.ru](mailto:kornysheva_pe@mail.ru); [KarpenkoIrina@bsuedu.ru](mailto:KarpenkoIrina@bsuedu.ru)

**Аннотация.** Развитие информационно-коммуникационных технологий привело к формированию новой бизнес-модели медиа, строящейся на принципах использования пользовательского контента (UGC) в новостной повестке дня. Сегодня в науке о медиа внимание изучению UGC уделяется с позиции констатации данного феномена и обоснования его функциональных характеристик, однако прикладные исследования, связывающие рост популярности медиа и расширение его аудитории с вовлечением пользователей в создание контента и использования UGC как основного источника инфоповодов, отсутствуют. Цель исследования состоит в изучении роли Telegram в работе медиаканалов с UGC и представлении характеристики новой бизнес-модели социального медиа в Telegram, использующей UGC в качестве основного медиаконтента, на примере популярных белгородских интернет-изданий. Результаты показали, что к функционально значимым свойствам UGC следует отнести возможность формирования потока информационных поводов, поступающих в бот обратной связи; получение уникального контента; снижение трудозатрат редакции интернет-СМИ; увеличение аудитории канала. Сделан вывод о том, что мессенджер Telegram повышает оперативность распространения информации в различных форматах и способствует увеличению объема пользовательского контента в медиа, позиционирующих себя как социальные.

**Ключевые слова:** интернет-СМИ, пользовательский контент, UGC-контент, мессенджер, аудитория, Telegram, социальные медиа

**Для цитирования:** Корнышева П.Е., Карпенко И.И. 2025. UGC в telegram-каналах средств массовой информации. Опыт белгородских интернет-изданий. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 27–36. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-27-36

---

## UGC in Telegram Channels of Mass Media. Experience of Belgorod Online Publications

<sup>1</sup> Polina E. Kornysheva, <sup>2</sup> Irina I. Karpenko

<sup>1</sup> ASTRUM LAB LLC,

70 Leningradsky Av., Moscow 125315, Russia

<sup>2</sup> Belgorod State National Research University,

85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russia

[kornysheva\\_pe@mail.ru](mailto:kornysheva_pe@mail.ru); [KarpenkoIrina@bsuedu.ru](mailto:KarpenkoIrina@bsuedu.ru)

**Abstract.** The development of information and communication technologies has resulted in a new media business model that is based on application of user generated content (UGC) in shaping the news agenda. Today, media science pays attention to the study of UGC from the perspective of stating this phenomenon and substantiating its functional characteristics. However, there are no applied studies linking the growth of media popularity and the expansion of its audience to the involvement of users in content creation and the use of UGC as the main source of news hooks. This factor, as well as a pronounced dependence of the



popularity of channels and audience reach on the volume of UGC use, explain the relevance of this paper. The purpose of the article is to study the role of Telegram in the work of media channels with user-generated content and present the characteristics of a new social media business model in Telegram that uses UGC as the main media content. The findings reveal that the functionally significant properties of UGC include the ability to form a flow of news hooks coming to the feedback bot; receiving unique content; reduction of labor costs for the editorial staff of online media; increase in the channel audience, etc. The authors come to the conclusion that the Telegram messenger increases the efficiency of information dissemination in various formats and contributes to an increase in the volume of user content in media that position themselves as social ones.

**Keywords:** Internet media, user-generated content, messenger, audience, Telegram, social media

**For citation:** Kornysheva P.E., Karpenko I.I. 2025. UGC in Telegram Channels of Mass Media. Experience of Belgorod Online Publications. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 27–36 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-27-36

## Введение

Глубокие и разнонаправленные изменения, констатируемые в настоящее время исследователями журналистики, объясняются прежде всего беспрецедентной скоростью развития информационно-коммуникационных технологий. Для сохранения и расширения аудитории, развития и оптимизации процессов в таких условиях редакции СМИ вынуждены гибко и быстро подстраиваться под изменяющиеся реалии. Современные интернет-издания зачастую выходят за рамки функционирования исключительно в виде сайтов в сети Интернет. Стремительное развитие интернет-технологий, многообразие мобильных устройств, непрерывное обновление и поддержка приложений расставили акценты в производстве, распространении и потреблении контента: традиционные СМИ интегрировались не только с социальными сетями, но и с мессенджерами. Эта практика делает медиainформацию общедоступной буквально за считанные секунды, а ее подготовкой может заниматься человек, не являющийся профессиональным журналистом.

Социальные медиа предоставили средствам массовой информации новые инструменты создания контента, удобные сервисы аналитики и статистики, разнообразные встроенные функции и возможность персонализации информации.

Одно из перспективных на сегодняшний день направлений развития современных средств массовой информации – интеграция с мессенджером Telegram. Его возможности для СМИ находятся сегодня в фазе становления и активно развиваются, однако уже вполне очевидно, что мессенджер является не только площадкой для обмена сообщениями между конкретными людьми, но и инструментом формирования комьюнити, выстраивания у аудитории отношения к медиа, источником данных для анализа общественного мнения, а также каналом для сбора пользовательского контента.

В.Н. Дорохин [2019] отмечает, что медиаканалы в Telegram в настоящее время можно назвать инновационными цифровыми СМИ. Е.М. Пак [2020], рассматривая мессенджер с позиции охвата аудитории и удержания ее интересов, характеризует Telegram как одну из самых удобных площадок в России. По мнению В.В. Зайцевой, Telegram «оказался не просто платформой для общения пользователей, но и скоплением огромного пласта новостей» [Зайцева, 2021, с. 123]. А.К. Махорт и П.Д. Синенко [2021] отмечают, что мессенджер Telegram обладает большим количеством преимуществ.

Сегодня в современном научном медиадискурсе наблюдается интерес к анализу практики UGC в современных медиа: исследуются механики вовлечения аудитории в рекламные практики социальных медиа [Иванова, 2024 и др.], изучаются принципы работы с видеоконтентом на площадке Telegram [Чобанян, 2024 и др.], публикуются обзорные материалы о типах и форматах контента в социальных медиа [Симкачева, 2023 и др.] и

другие частные вопросы. Д.Э. Коноплев [2021] отмечает, что значительная часть аудитории традиционных СМИ перешла к UGC-платформам. А.Е. Джазоян [2014] подчеркивает, что «гражданская журналистика» XXI века стала разрушать идею одностороннего воздействия и привела к децентрализации информационного потока. А.С. Жуков [2014] обращает внимание на ценность контента, созданного пользователями, который в настоящее время имеет важное значение не только на сайтах интернет-СМИ, блогах, но и в социальных сетях, являющихся важной частью информационного медиaprостранства. Е.А. Баранова [2016] в своей работе «Бизнес-стратегия, основанная на использовании ресурсов пользователей (UGC): опыт российских СМИ» связывает тенденцию развития новой роли аудитории с появлением различных проектов в СМИ, использующих ресурсы UGC. Однако мы не отмечаем работ, в которых бы проводился анализ дуальности UGC – Telegram, свойственной современному дискурсу социальных медиа.

UGC-контент – контент, созданный пользователями, или пользовательский контент, «генерируемый пользователями, обычно представляет собой любую форму контента, например, изображения, видео, текст, отзывы и аудио, которые публикуются пользователями на платформах агрегирования онлайн-контента, таких как социальные сети, дискуссионные форумы, вики и пр.» [Карпенко, 2024, с. 146]. Это могут быть материалы, присланные в редакцию интернет-СМИ или администрации канала: сообщения о происшествиях, предстоящих мероприятиях, свидетельства очевидцев и т. д.

Изучение практики использования пользовательского контента в работе современных медиа в целом и социальных в частности открывает перспективы для понимания ценности практики соучастия медиа со своей целевой аудиторией прежде всего для повышения статуса медиа, расширения его пользовательской аудитории, создания нового вида медиа, ориентированного на UGC как основное конкурентное преимущество.

Цель данного исследования состоит в изучении роли Telegram в работе медиаканалов с пользовательским контентом – User-Generated Content (UGC), а также в характеристике новой бизнес-модели социального медиа в Telegram, использующей UGC в качестве основного медиаконтента.

Исследование предполагает: а) теоретическую часть, включающую в себя характеристику феномена мессенджера Telegram как популярного социального медиа и особенности использования пользовательского контента с целью расширения охватов аудитории и создания медиа в контексте новой бизнес-модели медиа; б) практическую часть, в рамках которой представлены результаты исследования деятельности белгородских Telegram-каналов с наибольшим охватом аудитории, использующие для формирования новостной повестки дня канала пользовательский контент как основной источник информации.

### **Материалы и методы исследования**

Объектом исследования является пользовательский контент в Telegram-каналах популярных региональных интернет-изданий: Fonar.tv, «БелПресса», «Белгород № 1», «Жесть Белгород», Openbelgorod, Bel.ru. Общее количество проанализированных постов составило 1069 единиц. Методологическую базу исследования определил системный подход, предусматривающий рассмотрение феномена пользовательского контента в Telegram-каналах белгородских онлайн-медиа и включающий в себя два аспекта: во-первых, функциональный анализ, позволяющий рассмотреть пользовательский контент с позиции полезности и необходимости в контексте модели соучастия аудитории и медиа, во-вторых, прагматический анализ, предполагающий рассмотрение и осмысление феномена UGC с точки зрения эффективного использования в современной практике медиа. В ряду методов исследования – контент-анализ, предусматривающий изучение содержания медиа, основанное на комплексной интерпретации журналистских текстов.



В работе применялся метод сплошной выборки эмпирического материала, а также качественный и количественный анализ постов социальных медиа. Для систематизации выводов, к которым пришли исследователи, использовался структурно-типологический метод.

### Результаты и обсуждение

Расширение возможностей интернет-изданий и появление новых площадок для распространения информации и привлечения аудитории к созданию и распространению контента продиктовано сегодня целым рядом причин. Во-первых, *развитием информационно-коммуникационных технологий и сервисов Интернета* для репрезентации информации, что дало непрофессиональным авторам возможность участвовать в создании новостных сообщений. Во-вторых, изменением социокультурной роли средств массовой информации, которые поменяли модель своего взаимодействия с аудиторией с журналистики управления («Представители такой журналистики считают, что главная задача СМИ – управлять сознанием и поведением людей» [Пустовалов, 2013, с. 40]) на модель соучастия, сотрудничества, соработничества: «Это журналистика, которая ставит перед собой задачу помогать реальным людям. Здесь главное не тираж, не влияние, а взаимопонимание между журналистом и читателями» [Пустовалов, 2013, с. 41]. В-третьих, *потребностью в достоверной информации*, обусловленной в эпоху «постправды» [Якимов, 2020] интенсивным распространением фейковых новостей, недостоверной информации и искажения фактов. Журналистика соучастия может стимулировать аудиторию к проверке фактов и анализу информации, что, в свою очередь, обладает потенциалом повышения доверия к СМИ.

Мессенджер Telegram – одна из новейших платформ, позволяющих оперативно и персонализированно распространять новости, использовать возможности своего функционала для оперативной обратной связи с аудиторией и получения уникального пользовательского контента. Сегодня он является одной из площадок, стремительно набирающих популярность у пользователей Интернета [Болдина, 2021]. Так, согласно исследованию Mediascope, 49 % населения России старше 12 лет ежедневно используют указанный мессенджер. При этом среднее количество времени, проведенное в нем, составляет 44 минуты в день. А сам ресурс по итогам первого квартала 2023 г. находился на третьем месте по популярности после WhatsApp, Яндексa и Google<sup>1</sup>.

К факторам, увеличивающим популярность мессенджера, можно отнести следующие:

1) современные пользователи стремятся получать информацию оперативно и мобильно, не предпринимая для этого каких-либо дополнительных действий в виде регистраций или переходов на сторонние веб-сайты;

2) мессенджеры, как и социальные сети, но в еще большей мере способствуют оперативной обратной связи с редакцией: мнения пользователей могут быть оставлены в комментариях под публикацией, отправлены в личные сообщения редакции или же с помощью бота обратной связи;

3) мессенджеры отвечают множеству требований интернет-изданий, пользование базовыми версиями не требует финансовых вложений, а поддержка и наполнение платформы контентом зачастую происходит в автоматическом режиме, что позволяет сэкономить редакционные расходы;

4) сокращение времени, затрачиваемого на поиск и публикацию новости, положительным образом сказывается на лояльности аудитории; кроме того, нередко сами мессенджеры и социальные сети становятся источниками информации.

---

<sup>1</sup> Mediascope: 49 % населения России старше 12 лет используют Telegram ежедневно. 2024. Sostav, 6 мая 2024. URL: <https://www.sostav.ru/publication/auditoriya-telegram-67586.html> (дата обращения: 29.01.2025)

Согласно данным платформы по сбору статистики и аналитики TGstat в тройке лидеров следующие тематические направления каналов: блоги – 119,6 тыс.; новости и СМИ – 60,3 тыс.; юмор и развлечения – 40,4 тыс.<sup>1</sup>.

Редакции крупнейших СМИ не остались в стороне и активно развивают свои информационные каналы в Telegram. Так, по состоянию на 5 января 2025 года РИА Новости года имеют 3 392 333 подписчика в Telegram; официальный Telegram-канал медиахолдинга РБК – 544 795 подписчиков; официальный Telegram-канал информационного агентства ТАСС – 509 493 подписчика<sup>2</sup>. Основываясь на приведенных данных, можно предположить, что в настоящее время интерес пользователей смещен в сторону личных блогов, однако категория «новости и СМИ» также достаточно востребована, что подтверждает предположения об интеграции интернет-СМИ с Telegram.

Таким образом, мессенджер Telegram является перспективной площадкой, которая может рассматриваться интернет-СМИ, в частности, как источник дополнительной монетизации, трафика на сайт, расширения аудитории и продвижения сайта издания [Журавлева, Журавлев, 2023]. В условиях трансформации медиасферы и усиления влияния социальных медиа на становление всей медиасистемы [Вартанова и др., 2021] отчетливо проявляется новейшая бизнес-модель, реализуя которую, каналы используют возможности пользовательского контента UGC.

Новая роль аудитории современных социальных медиа заключается в возможности формировать повестку дня СМИ с учетом пользовательского контента на площадках, предоставляющих такую возможность. Для медиа Telegram представляет интерес в связи с его свойствами: общедоступностью, позволяющей транслировать смыслы на максимально широкую аудиторию; представленностью в его среде разнообразных мнений и точек зрения в связи с большой вовлеченностью аудитории в коммуникацию в социальных медиа; очевидной простотой взаимодействия с системой и интуитивно понятным интерфейсом для загрузки пользовательского контента, который расширяет повестку дня СМИ и приближает ее к потребностям конкретных читателей, а не абстрактной гипотетической аудитории, что особенно актуально в ситуации региональных СМИ; относительной безопасностью системы, дающей гарантии защищенности личных данных и коммуникационных каналов; персонализацией контента, то есть возможностью настраивать ленту новостей, выбирая каналы по интересующим пользователей темам (это позволяет персонализировать опыт чтения новостей и получать только ту информацию, которая действительно интересует аудиторию); физическим вовлечением пользователей в отдельные социальные проекты, что в полной мере решает задачи не только эффективности, но и действенности журналистики; увеличением доверия аудитории за счет публикации UGC, что способствует ощущению участия и принадлежности к сообществу, а также укрепляет связь между СМИ и аудиторией; снижением затрат на производство контента за счет использования UGC; монетизацией медиа через рекламу и спонсорские контракты, что может стать источником дохода для СМИ; расширением кросс- и трансмедийного потенциала СМИ; повышением конкурентоспособности медиа за счет укрепления своих позиций и авторитета на рынке в контексте использования UGC.

Сегодня практически на каждом публичном медийном Telegram-канале имеется как минимум один чат-бот для обратной связи с администрацией: пользователи могут задать вопрос, сообщить о происшествии или прислать фото- или видеоматериалы. Кроме того, на канале можно оставлять комментарии к публикациям, также предусматривающие возможность отправки визуального контента. Такие чат-боты мы находим, например, на канале Fonar.tv: «Поделиться новостью, своим отзывом, рассказать о проблеме, которая требует решения, чтобы это стало достоянием белгородцев <...> Самое интересное и

<sup>1</sup> Каталог Telegram-каналов и чатов. TGstat. URL: <https://tgstat.ru/> (дата обращения: 29.01.2025).

<sup>2</sup> Там же (дата обращения: 29.01.2025).



важное обязательно появится у нас на этом канале, потому что мы честно рассказываем о том, что волнует белгородцев»<sup>1</sup>. Такая опция имеется и на канале «БелПрессы»: «Делитесь с нами своими идеями, темами для новостей, интересными случаями, фотографиями и видеороликами – своими радостями и проблемами. Не оставим без внимания!»<sup>2</sup>. Однако несравнимо большее количество ботов для сбора пользовательского контента мы находим у медиа, которые ведут свою деятельность только в среде Интернета. Так, к примеру, «Белгород № 1» собирает пользовательский контент при помощи четырех ботов. Так, «Белгород № 1. Помощь», направлен на установление связи с властью: «Помогаем корректно обращаться к властям с вашими локальными проблемами, а потом публикуем ответы»; «Белгород № 1. Люди» – ресурс, транслирующий только UGC, и непосредственно «Белгород № 1». Но это не общее правило, а скорее частное: у канала «Жесть Белгород» с самым большим охватом подписчиков – 661,6 К – только один бот. Аналогичная ситуация и у «Go31» и «Белгород Новости».

Бизнес-модель медиа, предполагающая работу на основе UGC, имеет как положительные, так и отрицательные черты. К положительным следует отнести следующие:

- наличие потока информационных поводов, которые поступают в бот обратной связи;
- снижение трудозатрат сотрудников редакции;
- уменьшение/отсутствие расходов редакции, связанных с оплатой труда профессиональных журналистов;
- расширение аудитории (подписчиков), обусловленное уникальным, авторским контентом (сообщения очевидцев с мест событий).

К негативным чертам в первую очередь можно отнести высокую вероятность недостоверной или неэтичной информации, а также необходимость тщательного фактчекинга пользовательского материала, поскольку гражданские авторы часто могут иметь свои интересы и цели, не совпадающие с установкой на объективность и непредвзятость публикуемых материалов. Это может создать впечатление манипуляции, пропаганды или заведомой дезинформации.

Стоит отметить, что среди Telegram-каналов можно встретить как каналы, публикующие исключительно пользовательский или, наоборот, только собственный контент, так и каналы, использующие комбинированный контент, в котором находят место и пользовательские, и профессиональные публикации.

Рассмотрим Telegram-каналы лидеров рейтинга «Медиалогия» – самых цитируемых СМИ Белгородской области за 2023 год: интернет-СМИ Bel.ru (ИЦ<sup>3</sup> – 88,80), Fonar.tv (ИЦ – 41,99) и Openbelgorod (ИЦ – 37,45)<sup>4</sup>. Репрезентативный период исследования составил 1 неделю, что представляется достаточным для оценки характера публикаций на канале. Всего была проанализирована 391 публикация.

Канал интернет-издания Bel.ru. в Telegram имеет 34 615<sup>5</sup> подписчиков. В период с 20 января по 27 января 2025 года на канале вышло 145 публикаций, в том числе и с пометкой «реклама». Анализ публикаций показал, что Telegram-канал Bel.ru. прибегает к комбинированию контента: 9 публикаций за анализируемый период на канале представлены

<sup>1</sup> Белгород / ФОНАРЬ. URL: <https://t.me/fonarty> (дата обращения: 29.01.2025)

<sup>2</sup> БелПресса / Новости Белгорода и Белгородской области. URL: <https://t.me/belpressa> (дата обращения: 29.01.2025)

<sup>3</sup> Индекс цитируемости. Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/about/technologies/#ic> (дата обращения: 17.02.2025)

<sup>4</sup> Белгородская область: рейтинг СМИ за 2023 год. 2024. Медиалогия, 14 февраля 2024 г. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/regional/12822/> (дата обращения: 17.02.2025)

<sup>5</sup> Данные на 29.01.2025.

в виде пользовательского контента (фото-, видеоматериалы, присланные в редакцию очевидцами); 136 публикаций созданы редакцией интернет-СМИ с использованием официальных источников информации или собственных данных. Такое невысокое соотношение UGC и контента, созданного редакционным коллективом, объясняется тем, что социальные медиа для Bel.ru – альтернативная среда репрезентации контента.

Аналогичную ситуацию мы наблюдаем и на других подобных каналах: Fonar.tv – в анализируемый период времени на этом канале было размещено 110 публикаций, из них 5 предоставлены пользователями, 105 – материалы редакции издания; канал интернет-издания Openbelgorod разместил 132 публикации, из них лишь 4 – пользовательский контент, 128 – материалы редакции.

Абсолютно иную ситуацию мы наблюдаем на каналах, уделяющих UGC больше внимания. Во многом это связано с большим охватом аудитории. Так, канал «Жесть Белгород» при общем количестве подписчиков более полумиллиона имеет следующую статистику использования пользовательского контента: за анализируемый период на канале размещено 160 публикаций, из которых 15 – рекламные сообщения; 32 – сообщения служебного характера (оповещения о ракетной опасности, ее окончании, розыске людей и пр.); оставшиеся 113 публикаций: пользовательский контент – 25 публикаций, републикации из официальных источников (каналы официальных лиц города и области, информация УМВД и других государственных органов) – 88 публикаций. Таким образом, соотношение на канале UGC и профессионального контента составляет 1:4. Однако этот подсчет может иметь погрешности, так как частотным на канале является использование пользовательского визуального контента для иллюстрирования текстовых сообщений официальных органов пресс-служб. За анализируемый период нами было найдено еще 7 таких публикаций. Пользовательский контент представлен фото- и видеоматериалами, зачастую сопровождающимися комментариями очевидцев.

### Заключение

Таким образом, на всех каналах наиболее популярных интернет-изданий региона присутствует пользовательский контент. Анализ соотношения UGC и редакционного контента позволяет сделать вывод о том, что в настоящий момент в региональных интернет-изданиях пользовательский контент с одной стороны является дополнением к традиционной медиапрактике. Медиа с классической редакционной структурой (штатными и внештатными журналистами) не отказываются от UGC полностью, но и не уделяют ему должного внимания в своей практике. С другой стороны, в современной медиасистеме появились новые виды интернет-медиа, которые используют UGC как основу для новой бизнес-модели медиа – информационно-новостной компании, использующей пользовательский контент как основной для формирования своей новостной повестки дня. Использование новой бизнес-модели социального медиа, построенного на использовании UGC наряду с публикацией официальной информации, способствует росту аудитории и, как следствие, увеличению конкурентоспособности ресурса, что доказывают количественные данные, представленные в исследовании.

Прослеживается связь между количеством подписчиков и числом публикаций пользовательского контента, однако прямой связи между форматом репрезентации контента и популярностью конкретных записей нами выявлено не было.

Наличие пользовательского контента и большой аудиторный охват говорит о том, что интернет-издания успешно используют инструменты мессенджера Telegram для получения обратной связи от пользователей: все рассмотренные каналы имеют специальный чат-бот, предназначенный для удобства коммуникации аудитории с редакцией.

Исследование продуктивной интеграции аудитории и медиа в социальных сетях имеет перспективы в области изучения влияния UGC на аудиторию, включая восприятие и тематическую направленность пользовательских сообщений, отбор конкретных сообщений



из потока с учетом специфики и контекста медиа; изучение роли UGC в формировании общественного мнения; анализ качества и достоверности пользовательского контента со стороны медиа; изучение эффективности монетизации медиа, работающего с UGC, а также разработки рекомендаций для СМИ по использованию пользовательского контента в медиапрактике.

### Список литературы

- Баранова Е.А. 2016. Бизнес-стратегия, основанная на использовании ресурсов пользователей (UGC): опыт российских СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 4: 163–175.
- Болдина К.А. 2021. Виды русскоязычных медиа на платформе Telegram. В кн.: *Медиа в меняющемся мире: проблемы изучения и преподавания. Сборник материалов международной научно-практической конференции кафедры журналистики (Нижний Новгород, 10 марта 2021 г.)*. Под ред. О.Н. Савиновой. Нижний Новгород, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского: 109–114.
- Варганова Е.Л., Вырковский А.В., Гринберг Т.Э. и др. 2021. Медиасистема России. Под ред. Е.Л. Варгановой. Москва, Аспект пресс, 424 с.
- Дорохин В.Н. 2019. Феномен политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в России. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*, 1: 103–105.
- Джазоян А.Е. 2014. Блоги и пользовательский контент как новый формат осуществления интегративной функции СМИ. *Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры*: 2(126): 39–48.
- Жуков А.С. 2014. Пользовательский контент в новых социальных медиа. *Молодой ученый*, 3(62): 98–100.
- Журавлева А.А. Журавлев Н.В. 2023. Профессиональная и любительская новостная telegram-журналистика в условиях кризисных ситуаций: контент, активность аудитории, правовые аспекты. *Динамика медиасистем*, 3(1): 118–130. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_50392159\\_53729379.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50392159_53729379.pdf) (дата обращения: 29.01.2025)
- Зайцева В.В. 2021. Роль Телеграм-каналов в качестве СМИ в период пандемии. В кн.: *Научное сообщество XXI века. Сборник научных трудов по материалам XX Международной научно-практической конференции (Анапа, 13 марта 2021 г.)*. Под ред. Е.Н. Скориковой. Анапа, Научно-исследовательский центр экономических и социальных процессов в Южном Федеральном округе: 120–124.
- Иванова М. С. 2024. Инструменты вовлечения аудитории в социальных сетях. Реклама, PR и дизайн в бренд-коммуникациях: Сборник научных трудов III Международной научно-практической конференции, Москва, 25–26 апреля 2024 года. – Москва: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова: 390–397.
- Карпенко И.И. 2024. Медиаконвергенция в теории и практике российских региональных СМИ. Дис. ... докт. филол. наук. Белгород, 398 с.
- Коноплев Д.Э. 2021. UGC против интернет-СМИ: конкурентные стратегии пользовательского контента. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 3(41): 112–117. DOI: [10.47475/2070-0695-2021-10313](https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10313)
- Махорт А.К., Синенко П.Д. 2021. Telegram как уникальная площадка индустрии мессенджеров. *Электронное периодическое издание для студентов и аспирантов "Огарёв-онлайн"*, 2(155): 2. URL: [https://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2021/04/sinenkomaxort\\_statya-1.pdf](https://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2021/04/sinenkomaxort_statya-1.pdf) (дата обращения: 29.01.2025)
- Пак Е.М. 2020. Сетевые платформы как инструмент продвижения СМИ. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*, 2: 128–134.
- Пустовалов А. В., Березина И. А. 2013. Новые формы журналистики во взаимодействии с гражданским обществом // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. М.: МГУ, 1: 40–51.
- Симкачева М. В. 2023. Форматы контента в социальных медиа. MEDIAОбразование. Цифровая среда: между позитивом и деструкцией: сборник материалов VIII Международной научно-

практической конференции, Челябинск, 21–23 ноября 2023 года. – Челябинск: Челябинский институт развития профессионального образования: 307–309.

Чобанян К. В. 2024. Трансформация характеристик телевизионных видеонОВОСТЕЙ на платформах VK и Telegram. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. 49(5): 3–26. DOI [10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.326](https://doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.326)

Якимов А.Е. 2020. Постправда и повседневность. К проблеме определения понятия «постправда». *Философия и культура*, 9: 1–8. DOI: [10.7256/2454-0757.2020.9.33801](https://doi.org/10.7256/2454-0757.2020.9.33801)

## References

- Baranova E.A. 2016. Business strategy based on user-generated content: russian mass media experience. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika*, 4: 163–175 (in Russian).
- Boldina K.A. 2021. Types of russian-language media on the telegram platform. In: *Media v menyayushchemsya mire: problemy izucheniya i prepodavaniya [Media in a Changing World: Problems of Study and Teaching]*. Collection of materials from the international scientific and practical conference of the Department of Journalism (Nizhny Novgorod, March 10, 2021). Ed. O.N. Savinova. Nizhny Novgorod, Publ. Natsional'nyi issledovatel'skii Nizhegorodskii gosudarstvennyi universitet im. N.I. Lobachevskogo: 109–115 (in Russian).
- Vartanova E.L., Vyrkovskii A.V., Grinberg T.E. i dr. 2021. *Mediasistema Rossii [Media system of Russia]*. Ed. E.L. Vartanova. Moscow, Publ. Aspekt press, 424 p. (in Russian).
- Dorokhin V.N. 2019. Postgraduate Student of the Department of Television and Radio Journalism. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 1: 103–105 (in Russian).
- Dzhazoyan A.Ye. 2014. Blogs and user-generated content as a new method of the representation of integrative mass media function. *Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1. Issues in Education, Science and Culture*, 2(126): 39–48 (in Russian).
- Zhukov A.S. 2014. Pol'zovatel'skii kontent v novykh sotsial'nykh media [User content in new social media]. *Young Scientist*, 3(62): 98–100 (in Russian).
- Zhuravleva A.A., Zhuravlev N.V. 2023. Professional and Non-Professional News Telegram Journalism in Crisis Situations: Content, Audience Activity, Legal Aspects. *Dynamics of Media Systems*, 3(1): 118–130 (in Russian). URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_50392159\\_53729379.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50392159_53729379.pdf) (accessed: 29.01.2025).
- Zaitseva V.V. 2021. Rol' Telegram-kanalov v kachestve SMI v period pandemii [The Role of Telegram Channels as Mass Media during the Pandemic]. In: *Nauchnoe soobshchestvo XXI veka [Scientific Community of the 21st Century]*. Collection of Scientific Papers Based on the Materials of the 20th International Scientific and Practical Conference (Anapa, March 13, 2021). Ed. E.N. Skorikova. Anapa, Publ. Nauchno-issledovatel'skii tsentr ekonomicheskikh i sotsial'nykh protsessov v Yuzhnom Federal'nom okruge: 120–124 (in Russian).
- Ivanova M. S. 2024. Instrumenty вовлечениЯ аудитории в sotsial'nykh setyakh [Audience Engagement Tools in Social Networks. Advertising] In: *PR and Design in Brand Communications: Collection of Scientific Papers of the III International Scientific and Practical Conference, Moscow, April 25–26, 2024*. – Moscow: Plekhanov Russian University of Economics: 390–397 (in Russian).
- Karpenko I.I. 2024. Mediakonvergentsiya v teorii i praktike rossiiskikh regional'nykh SMI [Media convergence in the theory and practice of Russian regional media]. Dis. ... Doc. Philol. Sciences. Belgorod, 398 p. (in Russian).
- Konoplev D.E. 2021. UGC vs internet media: competitive user content strategies. *SIGN: Problematic Field of Media Education*, 3(41): 112–117 (in Russian). DOI: [10.47475/2070-0695-2021-10313](https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10313)
- Makhort A.K., Sinenko P.D. 2021. Telegram as unique messenger platform. *Ogarev-Online*, 2(155): 2 (in Russian). URL: [https://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2021/04/sinenkomaxort\\_statya-1.pdf](https://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2021/04/sinenkomaxort_statya-1.pdf) (accessed: 29.01.2025).
- Pak E.M. 2020. Network Platform as a Media Promotion Tool. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2: 128–134 (in Russian).
- Pustovalov A. V., Berezina I. A. 2013. New forms of journalism in interaction with civil society. *Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism*. Moscow: Moscow State University, 1: 40–51 (in Russian).
- Simkacheva M. V. 2023. Formaty kontenta v sotsial'nykh media. MEDIAObrazovaniye. Tsifrovaya sreda: mezhdru pozitivom i destruktivnyy [Content formats in social media. MEDIA Education. Digital



- environment: between positive and destructive] In: Collection of materials of the VIII International scientific and practical conference, Chelyabinsk, November 21-23, 2023. – Chelyabinsk: Chelyabinsk Institute for the Development of Professional Education: 307–309 (in Russian).
- Chobanyan K. V. 2024. Transformation of the characteristics of television video news on the VK and Telegram platforms. *Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism*. 49(5): 3–26 (in Russian). DOI: [10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.326](https://doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.326)
- Yakimov A.E. 2020. Post-truth and daily routine. To the problem of definition of the concept of “post-truth”. *Philosophy and culture*, 9: 1–8 (in Russian). DOI: [10.7256/2454-0757.2020.9.33801](https://doi.org/10.7256/2454-0757.2020.9.33801)

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 20.01.2025

Поступила после рецензирования 31.01.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received January 20, 2025

Revised January 31, 2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Корнышева Полина Евгеньевна**, геймдизайнер  
ООО «АСТРУМ ЛАБ», г. Москва, Россия.

**Polina E. Kornysheva**, Game Designer, ASTRUM  
LAB LLC, Moscow, Russia.

**Карпенко Ирина Ивановна**, доктор  
филологических наук, профессор кафедры  
журналистики института общественных наук и  
массовых коммуникаций, Белгородский  
государственный национальный исследова-  
тельский университет, г. Белгород, Россия.

**Irina I. Karpenko**, Doctor of Philology, Professor  
of the Department of Journalism of the Institute of  
Social Sciences and Mass Communications, Belgorod  
State National Research University, Belgorod, Russia.

УДК 659.4

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-37-47

## Формирование стратегии государственной кризисной коммуникации с учетом культурного измерения дистанции власти

**Луканина М.В.**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
Россия, 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 51;  
Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»,  
119049, г. Москва, Ленинский пр., д. 4, стр. 1.  
[mvlukaninag@gmail.com](mailto:mvlukaninag@gmail.com)

**Аннотация.** Государственная кризисная коммуникация находится на стыке интересов журналистики, политологии, связей с общественностью и стратегических коммуникаций. В связи с постоянной необходимостью разрешения кризисных ситуаций необходим поиск наиболее эффективных подходов к выбору стратегии реагирования государства. Однако отсутствие учета особенностей культуры страны, в том числе политической, в кризисной коммуникации является проблемной областью, которую исследователям еще предстоит закрыть. Цель исследования – определить влияние культуры общества на выбор стратегии проведения коммуникационной кампании под руководством государства в период кризисных ситуаций. Автор рассматривает одно из культурных измерений по типологии Г. Хофстеде – индекс дистанции власти как важный параметр построения правительственной кризисной коммуникации. Результаты анализа пресск-релизов и постов в социальных сетях с официальных правительственных аккаунтов трех стран (Японии, Пакистана и США), опубликованных во время стихийных бедствий, демонстрируют вариативность стиля кризисной коммуникации в зависимости от индекса дистанции власти страны, а значит, от особенностей национальной культуры. Сделан вывод о необходимости включения культурных измерений в теоретическую парадигму кризисной коммуникации.

**Ключевые слова:** кризисные коммуникации, типология Хофстеде, государственная правительственная коммуникация, дистанция власти

**Для цитирования:** Луканина М.В. 2025. Формирование стратегии государственной кризисной коммуникации с учетом культурного измерения дистанции власти. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 37–47. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-37-47

---

## Power Distance as a Cultural Dimension of Government Crisis Communication Strategy Design

**Maria V. Lukanina**

Lomonosov Moscow State University,  
1-51 Leninskie gory, Moscow 119991, Russia;  
The National University of Science and Technology MISIS,  
4-1 Leninsky Ave., Moscow 119049, Russia  
[mvlukaninag@gmail.com](mailto:mvlukaninag@gmail.com)

**Abstract.** Government crisis communication is a multidimensional field, at the crossroads of journalism, public relations, strategic communications, and management. The increasing number of global challenges and crises calls for effective government crisis communications approach. However, the research question



to be addressed is whether cultural peculiarities of a certain country, and political context in particular, should be considered when designing government crisis response strategies. The study aims to define the influence of culture on the choice of government crisis strategy and crisis communication campaign implementation. The author considers one of Hofstede's cultural parameters – power distance – as an important parameter for developing government crisis communications. The analysis of press-releases and social media posts from official government accounts in three countries (Japan, Pakistan and the USA), published while responding to natural disasters, demonstrates the dependence of crisis communication style on the power distance index, and thus on national culture peculiarities. The results assert the need to include cultural factors in theoretical paradigms of crisis response strategies.

**Keywords:** crisis communication, Hofstede classification, government communication, power distance

**For citation:** Lukanina M.V. 2025. Power Distance as a Cultural Dimension of Government Crisis Communication Strategy Design. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 37–47 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-37-47

---

## Введение

Кризисная коммуникация и управление кризисами как практико-ориентированное направление возникло на основе анализа ситуаций или кейсов, которые после тщательного исследования ложились в основу теорий и научных подходов. Тесное переплетение теории и практики стало главным условием, определяющим будущее данного научного направления, гибкость, адаптивность и постоянное развитие за счет анализа изменяющейся конъюнктуры.

За последнее десятилетие государства столкнулись с большим разнообразием кризисных ситуаций и вызовов: стихийные бедствия, пандемия Covid-19, информационные войны, терроризм, внутренние конфликты и т. п., что существенно повысило роль антикризисных коммуникаций в портфеле правительственных коммуникаций на фоне роста значимости репутационных и имиджевых рисков для формирования и управления общественным мнением и геобрендинга.

Грамотное управление кризисом требует выбора наиболее оптимальной стратегии реагирования. По классификации Т. Кумбса, стратегии реагирования на кризис выполняют три основные функции-задачи с общей целью защиты репутации компании: (1) представить атрибуцию кризиса, (2) повлиять на восприятие организации во время кризиса и (3) минимизировать негативные последствия в результате кризиса [Coombs, 2007]. Однако стратегии кризисной коммуникации, эффективные в одной стране, могут не привести к такому же успеху в другой, поэтому в каждой стране важно учитывать ее культурные особенности. Культурные аспекты, охватывающие ценности, нормы и стили общения, присущие различным обществам, формируют динамику правительственной коммуникации в том или ином государстве. Понимание того, как особенности культуры и политического устройства влияют на эффективность коммуникации, имеет решающее значение для оптимизации стратегий реагирования на кризис, обеспечения безопасности людей и смягчения ущерба, причиненного кризисом.

В соответствии с ситуационной теорией кризисных коммуникаций Т. Кумбса [The Handbook of Crisis Communication, 2012] основным критерием выбора стратегии реагирования является тип кризисной ситуации и степень угрозы для репутации компании. Под угрозой понимается ущерб, который может быть нанесен репутации организации в кризисной ситуации в случае отсутствия любых превентивных мер. Степень репутационной угрозы определяют три фактора: (1) первоначальная ответственность за кризис – initial crisis responsibility, (2) опыт работы в кризисных ситуациях – crisis history и (3) сформировавшаяся к этому времени репутация – prior relational reputation [Coombs, 2007]. Опыт работы и разрешения кризисных ситуаций и предшествующая репутация особенно важны при оценке рисков и ущерба в случае государственной коммуникации.

Если государство уже имеет выстроенную диалоговую коммуникацию с двусторонней обратной связью, это автоматически позволяет уменьшить репутационные риски. И наоборот, чем больше отрицательный опыт общения с целевыми аудиториями или разрешения кризисов, чем чаще организация уже сталкивалась с подобными видами кризисов, тем выше ответственность за кризис и уровень репутационной угрозы.

Для анализа типа кризисов и выбора наиболее подходящей стратегии реагирования Т. Кумбс [The Handbook of Crisis Communication, 2012] выделил три кризисных кластера:

1. Кластер жертв. Организация сама воспринимается как жертва кризисной ситуации, неся при этом минимальную степень ответственности за кризис (например, в случае стихийных бедствий, неподтвержденных слухов, нападок конкурентов и т. п.).

2. Случайный кластер. Кризисная ситуация рассматривается организацией как «непреднамеренная или неконтролируемая и имеет минимальные атрибуты ответственности за кризис (например, авария из-за отказа оборудования), а значит невысокий уровень угрозы репутации организации» [перевод Мягкова, 2022].

3. Преднамеренный кластер. Кризисная ситуация считается преднамеренной и произошедшей по вине организации (например, нарушение организацией законов или норм безопасности). Подобные ситуации серьезно угрожают репутации компании.

Т. Кумбс интегрировал теорию восстановления образа, разработанную У. Бенуа [Benoit, 1997], и сформировал следующие возможные стратегии реагирования в условиях кризиса, условно разделенные на три кластера: стратегии отрицания, стратегии уменьшения ответственности и дистанцирования от кризиса и стратегии восстановления имиджа (с принятием ответственности за кризис). Таким образом, ситуационная теория Кумбса, с одной стороны, выделяет факторы, оказывающие влияние на восприятие кризисной ситуации, а с другой стороны, на основании типа кризисов и принадлежности к определенному кризисному кластеру предлагает классификацию стратегий реагирования.

Однако какие факторы необходимо учитывать руководителям разных государств (институтов), если они находятся в одинаковой ситуации: один тип кризисов и, соответственно, один и то же кластер.

Проведенный исследователем Diers-Lawson обзор публикаций в рецензируемых научных журналах с 1953–2015 по тематике кризисной коммуникации показал назревшую необходимость рассмотрения культурных и социальных особенностей страны при выборе стратегии коммуникации [Diers-Lawson, 2017]. Такие особенности включают в себя политическую систему, экономическую систему, саму культуру и рамки межкультурных коммуникаций (например, шесть измерений культуры Герта Хофстеде или концепции культур высокого и низкого контекста Эдварда Т. Холла), систему СМИ, активизм и т.д. Так, был проанализирован кризис компании Nestle India [Dhanesh, Sriramesh, 2018], изучены действия правительств в шести странах в ответ на панику по поводу продукции Coca-Cola в Бельгии в 1999 году [Taylor, 2000], исследован национальный контекст восприятия кризиса транснациональной корпорации в Китае [Zhao, 2022], изучены причины крушения самолетов в Корею [Fischer, Orasanu, 1999] и т. п. Исследования продемонстрировали различия в результатах осуществленных мер и их эффективности в зависимости от учета культурных факторов.

Обзор научных трудов показал, что роль культурных факторов и необходимость их учета при выборе стратегии государственного кризисной коммуникации в конкретных условиях все еще недостаточно изучены.

В связи с вышесказанным автором поставлена цель – определить влияние культуры общества на выбор стратегии и проведение коммуникационной кампании руководством государства в период кризисных ситуаций.



### Материалы и методы исследования

В качестве материала исследования были проанализированы кейсы кризисных ситуаций трех государств с разными культурными характеристиками для определения особенностей осуществления кризисной коммуникации по поводу стихийного бедствия: во время землетрясения в Японии (2024 г.), наводнения в Пакистане (2022 г.), урагана «Ида» в США (2021 г.).

Коммуникация со стороны государства во время стихийных бедствий является наиболее политически нейтральной: если культурные особенности будут выявляться в данном виде кризисов, то в случаях политически накаленной ситуации они будут еще более значимыми. Кроме того, стихийные бедствия обычно затрагивают большую часть населения и приводят к серьезным последствиям, включая гибель людей, разрушение имущества и значительные нарушения стабильности повседневной жизни. Такое обширное воздействие требует вмешательства правительства для защиты своих граждан. При этом степень ответственности за произошедшее минимальна для власти любой страны, поскольку стихийные бедствия относятся к кластеру жертв, а значит, непреднамеренным кризисам с минимальной атрибуцией.

Методика исследования базируется на типологии культурных измерений Г. Хофстеде (системе анализа различий между культурами) [Hofstede et al., 2010], что открывает новую точку зрения на практику кризисной коммуникации и различия национальных традиций политической коммуникации, что позволит в дальнейшем определить наиболее эффективные технологии и инструменты, а также охарактеризовать комплексные особенности восприятия антикризисной коммуникации и чрезвычайных ситуаций в области экологии как с точки зрения субъекта коммуникации, так и с точки зрения целевых аудиторий.

### Результаты исследования и их обсуждение

В ходе исследования было проанализировано в общей сложности 30 пресс-релизов, 263 сообщения в социальных сетях, 13 официальных правительственных аккаунтов и 12 новостных статей. Периоды выборки определялись степенью активности коммуникации о развитии кризиса и мерах по смягчению последствий стихийного бедствия в каждой из трех стран (см. таблицу).

#### Информация о сборе данных Information about data collection

Страна	Япония	Пакистан	США	
Стихийное бедствие	землетрясение	наводнение	ураган «Ида»	
Дата бедствия	1 января 2024 г.	июнь – октябрь 2022 г.	29 август 2021 г.	
Период выборки	1 января – 15 января 2024 г.	25 августа – 10 сентября 2022 г.	26 августа – 5 сентября 2021 г.	
Количество источников данных	пресс-релизов	18	10	2
	постов в соцсетях	79	72	112
	аккаунтов в соцсетях	4	4	5
	новостных статей	4	5	3

Данные для анализа и сравнения кризисной коммуникации государств были получены из следующих источников:

1) о землетрясении в Японии на полуострове Ното в 2024 году – из социальной сети Twitter <sup>1</sup> / X (это вторая по популярности социальная сеть и самая популярная международная соцсеть в Японии [Japan Social Media Statistics 2024]);

2) о наводнении в Пакистане 2022 года – из Facebook (преобладающий источник) и Instagram <sup>2</sup>;

3) об урагане «Ида» в США 2021 года – из X и Facebook (наиболее часто используемой соцсетью в США) [US Social..., 2024].

Приведем основные результаты по индексу дистанции власти, полученные автором на основе проведения контент-анализа официальных правительственных сообщений из пресс-релизов, официальных заявлений и публичных объявлений, выпущенных государственными органами во время выбранных экологических кризисов.

Индекс дистанции власти показывает, насколько 1) общество ценит и уважает иерархию, 2) подведомственные организации и органы власти принимают неравное наделение властью и полномочиями как данное, 3) власть пользуется особыми привилегиями, 3) подчиненные боятся выразить несогласие с руководством и имеют право самостоятельного принятия решений, и т.д. [Hofstede et al., 2010, p. 61; Кос, 2013]. Ценности обществ с высоким индексом дистанции власти обычно включают подчинение вышестоящим и жесткую иерархию, конформизм и компромиссы, автократический и патерналистский стиль руководства [Hofstede, 2001; Merkin, 2011], культуру неравенства [Пашкус и др., 2020].

### **1. Япония.**

Значение индекса дистанции власти Японии – 54 – находится практически посередине на шкале от 0 до 100 [Minkov, Kaasa, 2022]. Выбранная правительством стратегия государственной коммуникации отражает наличие в обществе строгой иерархии, с одной стороны, и взаимодействия, консенсуса нескольких иерархических уровней в процессе принятия решений, с другой стороны.

При построении кризисной коммуникации правительство Японии пытается поддерживать баланс между уважением и подчинением власти и поощрением открытого диалога. С одной стороны, это проявляется в иерархической социальной структуре, где уважение к власти и уважение к старшинству являются глубоко укоренившимися культурными ценностями. Тем не менее японский подход к иерархии общества также характеризует наличие консультаций, достижение консенсуса и гармонии в обществе. В заявлении премьер-министра Фумио Кисида говорится: “Realizing politics that listens to each citizen and earns the “trust and empathy” of the people. This is the foundation of the Kishida administration, and it is a commitment we have upheld consistently” / «Проведение политики, когда правительство прислушивается к голосу каждого гражданина и зарабатывает “доверие и сочувствие” людей. Это основа деятельности правительства, возглавляемого Кисиды, и мы последовательно придерживаемся этого обязательства» (перевод авт. – М.Л.) [Statement by Prime..., 2024].

Когда дело доходит до принятия кризисных решений, японские организации, включая правительственные учреждения, часто задействуют несколько иерархических уровней, чтобы обеспечить тщательное обсуждение и консенсус, тем самым демонстрируя партисипативный стиль руководства. Например, сотрудничество высших органов власти с представителями местных органов власти пользуется большой поддержкой и приветствуется японской аудиторией, что отражается в освещении многочисленных встреч

---

<sup>1</sup> Деятельность Meta Platforms Inc, ее продуктов Instagram и Facebook запрещена в Российской Федерации.



премьер-министра с органами власти разных уровней: так, с 02.01.2024 по 25.01.2024 на сайте кабинета премьер-министра Японии опубликовано 15 пресс-релизов о заседаниях Штаба по чрезвычайным ситуациям в связи с землетрясением на полуострове Ното.

В контексте кризисной коммуникации включение нескольких иерархических уровней в процесс принятия решений служит нескольким целям. Во-первых, это позволяет учитывать различные точки зрения и опыт, повышая качество и легитимность решений. Во-вторых, вовлечение различных уровней иерархии может помочь обеспечить эффективную коммуникацию и эффективную реализацию решений в различных сегментах общества. Несмотря на наличие строгих иерархических норм, японская кризисная коммуникация отражает принципы прозрачности, доступности и инклюзивности, тем самым смягчая потенциальные негативные последствия большой дистанции власти. Государственные учреждения использовали такие стратегии, как частые обновления публикуемых материалов и размещение постов в социальных медиа (например, только на официальной странице премьер-министра за январь 2024 года опубликованы материалы 11 пресс-конференций и выступлений, адресованных мерам по ликвидации последствий землетрясения с хештегом #DisasterResponse), четкие разъяснения для всех членов общества по поводу реализуемых мер для разрешения кризиса и инструкций поведения в чрезвычайных ситуациях [Instructions..., 2024; To those affected..., 2024], в том числе создание специального многоязычного центра поддержки при стихийных бедствиях и публикация материалов и обращений к пострадавшим от землетрясения на разных языках [Информация и консультации..., 2024]. Также этой цели способствует проведение встреч с общественностью, например, с представителями малого и среднего бизнеса, которые задействованы в мерах по реагированию на стихийные бедствия [Small group talks..., 2024]

Сотрудничество с местными органами власти было представлено в качестве одного из ключевых сообщений на официальном аккаунте премьер-министра Японии Фумио Кисиды: “Under my leadership as the head of the headquarters, personnel from the Self-Defense Forces, Japan Coast Guard, fire departments, police and other organizations will be mobilized over a wide area in a thoroughly collaborative manner; senior officials from relevant ministries and agencies will be sent to the affected area in a vigorous manner to ensure push-type support on site; direct online communication will be established between heads of local municipalities and the Government to help quick collection of information and deployment of support; and clear instructions have been given to operators of public infrastructure, especially operators of mobile phones and public transportation systems” / «Под моим руководством как главы штаба по чрезвычайным ситуациям будет мобилизован личный состав Сил самообороны, береговой охраны Японии, пожарных подразделений, полиции и других организаций для работы на основе тесного сотрудничества на обширной территории; старшие должностные лица из соответствующих министерств и ведомств будут оперативно направлены в пострадавший район для обеспечения поддержки на месте; между главами местных муниципалитетов и правительством будет налажена прямая онлайн-связь, что поможет быстро собирать информацию и оказывать поддержку; операторам общественной инфраструктуры, особенно операторам мобильных телефонов и систем общественного транспорта, были даны четкие инструкции» (перевод авт. – М.Л.) [Press Conference..., 2024].

В целом множественные иерархические уровни принятия решений в кризисной коммуникации свидетельствуют о таком подходе Японии к дистанцированию власти, который устанавливает баланс между жестким управлением и стремлением к общему консенсусу, совместным обсуждением и принятием единого скоординированного решения. При таком подходе японские власти могут справляться с кризисами с большим доверием со стороны общества, устойчивостью и адаптивностью.

## **2. Пакистан.**

Индекс дистанции власти Пакистана – 55 [Minkov, Kaasa, 2022], что также показывает пограничное положение страны на шкале между странами с высоким и низким индексом

дистанции власти. При этом Пакистан считается обществом с достаточно большой дистанцией власти, что отражается в неравномерном распределении власти и безусловном авторитете лидеров при принятии решений [Mujtaba et al., 2011].

Во время кризиса пакистанские правительственные учреждения и должностные лица в основном осуществляли коммуникацию в официальном и авторитарном стиле. Например, в пресс-релизе от 26 августа 2022 года, опубликованном на сайте министерства иностранных дел Пакистана, представлена только общая формальная информация о встрече: “Foreign Secretary Sohail Mahmood had a briefing session with Pakistan’s Ambassadors/Head of Missions in various capitals regarding the current calamity faced by the nation due to unprecedented monsoon floods. He highlighted the efforts led by the Government of Pakistan with the help of development partners including the United Nations, IFIs and many countries and organizations to address the daunting challenges posed by the devastating floods” / «Министр иностранных дел Сохаил Махмуд провел брифинг с послами/главами представительств Пакистана в различных столицах стран мира, посвященный нынешнему бедствию, с которым столкнулась страна из-за беспрецедентных муссонных наводнений. Он особо отметил усилия, предпринимаемые правительством Пакистана при содействии партнеров по развитию, включая Организацию Объединенных Наций, международные финансовые учреждения и многие страны и организации, по решению сложнейших проблем, возникших в результате разрушительных наводнений» (перевод авт. – М.Л.) [Briefing Session..., 2022].

При жесткой социальной иерархии ответственность за предпринятые меры по разрешению кризиса относится на счет руководящих должностных лиц, которые берут на себя заботу о коллективном благополучии. Например, в новостных сообщениях и в постах социальных сетей по освещению брифинга премьер-министра Шехбаза Шарифа о ситуации, сложившейся в результате наводнений по всему Пакистану, можно найти следующие формулировки: «Участники совещания высоко оценили неустанные усилия премьер-министра Шарифа по спасению, чрезвычайным мерам по оказанию помощи, постоянным посещениям районов, пострадавших от наводнения, и оказанию непрерывной поддержки пострадавшим от наводнения» (перевод авт. – М.Л.) [National Flood Response ..., 2022]. Кроме того, Фонд по сбору средств в помощь пострадавшим, например, был не только создан по инициативе премьер-министра, но и получил соответствующее название «Фонд премьер-министра по оказанию помощи пострадавшим от наводнения» (“The Prime Minister’s Flood Relief Fund 2022”).

В целом на сайтах министерств очень мало пресс-релизов, посвященных наводнению, отсутствуют обращения лидеров к населению, а тематика выступлений в основном ограничивается призывом к сбору средств и помощи от других государств [Joint Launch..., 2022].

### 3. США.

США имеют самый низкий (40) индекс дистанции власти среди трех рассмотренных случаев [Minkov, Kaasa, 2022]. Идеи свободы и равноправия глубоко укоренились в стратегиях коммуникации, используемых в Соединенных Штатах. Исследование, проведенное по изучению успешности использования в процессе работы разных стилей лидерства в разных странах, показало, что американцы и представители других стран с низким индексом дистанции власти эффективнее всего взаимодействовали в рамках партисипативного стиля лидерства, направленного на сотрудничество [Dorfman et al., 1997, p. 233]. Данный стиль находит отражение и в выпущенном Указе № 165 об объявлении режима чрезвычайного положения в Луизиане в связи с тропическим штормом «Ида» в январе 2021 года, где в разделе 4 было прописано «Все департаменты, комиссии, советы, агентства и должностные лица штата или любого его политического подразделения уполномочены и направлены на сотрудничество в действиях, которые штат может предпринять в ответ на последствия этого сурового погодного явления» (перевод авт. – М.Л.) [Louisiana State..., 2021].



Таким образом, департаменты, комиссии, советы и агентства правительства должны сотрудничать и координировать свои усилия в рамках концепции совместного принятия решений и общей ответственности за происходящее.

Система сдержек и противовесов политической системы США предполагает, что принятие решений не является авторитарным и согласовано всеми ветвями власти. Фактически исполнительная власть распределена горизонтально между несколькими правительственными уровнями, что способствует децентрализованной стратегии антикризисного управления.

Еще одним примером, который может продемонстрировать относительно низкий индекс дистанции власти, является речь губернатора штата Луизиана Джона Бела Эдвардса, в которой он отметил совместные усилия федеральных, государственных и местных чиновников, демонстрирующих партисипативный стиль руководства: “This really has been a partnership between the local level first responders, states, the federal government has put assets into this effort as well” / «Было установлено фактически партнерство между службами экстренного реагирования на местном уровне и штатами, при совместном финансировании со стороны федерального правительства» [Louisiana Gov..., 2021]. Это заявление подкрепляет идею совместного лидерства и подотчетности в дополнение к признанию вклада всех заинтересованных сторон. Благодаря публичному заявлению губернатора о совместных усилиях многочисленных агентств и организаций, государством обеспечивается политика по поддержанию инклюзивной и прозрачной политической культуры во время кризисной коммуникации. В целом то, как дистанция власти находит отражение в кризисной коммуникации в США, определяется приверженностью к совместному управлению, инклюзивности и совместному принятию решений на уровне правительства. Активно привлекая широкий круг заинтересованных сторон и признавая их усилия, правительство демонстрирует веру в силу скоординированных усилий и важность сотрудничества при столкновении со сложными кризисными ситуациями.

### Выводы

Результаты этого исследования подчеркивают значимую роль фактора дистанции власти в формировании стратегий реагирования на кризисные коммуникации. Анализируя материалы правительственной коммуникации через призму теории культурных измерений Хофстеде, данное исследование обнаруживает определенные закономерности в стратегиях реагирования на кризисы в различных культурных контекстах, подчеркивая сложные связи между культурными ценностями и коммуникационными подходами.

Дистанция власти имеет непосредственное влияние на процесс принятия решений в различных культурных контекстах. В культурах, для которых характерен относительно высокий индекс дистанции власти (Пакистан, Япония), существует безусловное подчинение иерархическим структурам и централизованному руководству. Кризисная коммуникация часто носит директивный характер, при этом полномочия по принятию решений сосредоточены в руках немногих избранных, находящихся у власти. Эти общества в чрезвычайных ситуациях ожидают четких указаний от лидеров.

Интересно отметить, что в парадигме коммуникационных стратегий у Пакистана намного более директивный и официальный стиль коммуникации, на сайтах ведомств не представлены тексты обращений к населению, нет присущей Японии отчетности перед народом. С другой стороны, культуры с низким индексом дистанции власти (США) отдают приоритет прозрачности и инклюзивности в кризисной коммуникации. В процесс принятия решений включены разные иерархические уровни, коммуникация осуществляется с акцентом на открытом диалоге между гражданами и органами власти и обратной связи.

В первую очередь результаты этого исследования подчеркивают, насколько важно включать культурные переменные в стратегии кризисной коммуникации. Культурологический подход может помочь коммуникаторам разработать кризисные

коммуникационные подходы, которые будут культурно и контекстуально релевантными. Адаптируя коммуникативные практики к культурным особенностям, характерным для различных обществ и стран, правительства могут более эффективно выстраивать свои отношения с целевыми аудиториями.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод: в культурах, характеризующихся более высоким индексом дистанции власти, правительственная кризисная коммуникация во время экологических катастроф будет более авторитарной и централизованной, с большей опорой на директивы. Более того, сравнение Японии и Пакистана с практически одинаковым индексом дистанции власти, но с отличающимися подходами, показывает необходимость комплексного рассмотрения всех измерений по типологии Г. Хофстеде (в том числе параметра «избегание неопределенности») при анализе правительственной кризисной коммуникации.

Выводы, приведенные в работе, и описанная методика могут быть использованы в ходе планирования и реализации антикризисной коммуникации в государственной и коммерческой сферах различных национальных и региональных систем, а также в ходе разработок проектов в области межкультурной коммуникации специалистами связей с общественностью, антикризисных коммуникаций, руководителями пресс-служб, сотрудниками международных отделов и департаментов.

#### Список источников

- Japan Social Media Statistics 2024 | Most Popular Social Media Platforms. 2024. The Global Statistics, 15 May, 2024. URL: <https://www.theglobalstatistics.com/japan-social-media-statistics/> (accessed: April, 2024)
- US Social Media Statistics 2024 | Most Popular Platform in US. 2024. Global Statistics, March 27, 2024. The Global Statistics. URL: <https://www.theglobalstatistics.com/united-states-social-media-statistics/> (accessed: April, 2024)
- Briefing Session of the Foreign Secretary with Pakistan's Ambassadors in various capitals regarding flood relief efforts. 2022. Ministry of Foreign Affairs, Government of Pakistan, August 26, 2022. URL: <https://mofa.gov.pk/press-releases/briefing-session-of-the-foreign-secretary-with-pakistans-ambassadors-in-various-capitals-regarding-flood-relief-efforts> (accessed: May 2024)
- Joint Launch of 2022 Pakistan Floods Response Plan by Government of Pakistan and the United Nations. 2022. Ministry of Foreign Affairs, Government of Pakistan, August 30, 2022. URL: <https://mofa.gov.pk/joint-launch-of-2022-pakistan-floods-response-plan-by-government-of-pakistan-and-the-united-nations> (accessed: May 2024)
- Louisiana State of Emergency Tropical Storm Ida Aug 2021. 2021. Federal Motor Carrier Safety Administration, August 27, 2021. URL: <https://www.fmcsa.dot.gov/emergency/louisiana-state-emergency-tropical-storm-ida-aug-2021> (accessed: May 2024)
- Louisiana Gov. John Bel Edwards Hurricane Ida Press Conference Transcript. 2021. Rev. URL: <https://www.rev.com/transcripts/louisiana-gov-john-bel-edwards-fema-hurricane-ida-press-conference-transcript> (accessed: May 2024)
- Meetings of the Headquarters for Supporting Recovery and Reconstruction from the 2024 Noto Peninsula Earthquake. 2024. Prime Minister's Office of Japan, February 16, 2024. URL: [https://japan.kantei.go.jp/101\\_kishida/actions/202402/16kaigi.html](https://japan.kantei.go.jp/101_kishida/actions/202402/16kaigi.html) (accessed: June 2024)
- National Flood Response and Relief Centre established. 2022. ARY News, August 30, 2022. URL: <https://arynews.tv/national-flood-response-and-relief-centre-established> (accessed: May 2024)
- Press Conference by the Prime Minister on the 2024 Noto Peninsula Earthquake. 2024. Prime Minister's Office of Japan, January 2, 2024. URL: [https://japan.kantei.go.jp/101\\_kishida/statement/202401/02kaiken.html](https://japan.kantei.go.jp/101_kishida/statement/202401/02kaiken.html) (accessed: June 2024)
- Small Group Talk to Support Small and Medium-sized Enterprises That Are Taking on the Challenge of Disaster Response, Wage Hikes and Investments, etc. 2024. Prime Minister's Office of Japan, January 15, 2024. URL: [https://www.kantei.go.jp/jp/101\\_kishida/actions/202401/15kurumaza.html](https://www.kantei.go.jp/jp/101_kishida/actions/202401/15kurumaza.html) (accessed: June 2024)



- Statement by Prime Minister KISHIDA Fumio upon the General Resignation of the Kishida Cabinet. 2024. Prime Minister's Office of Japan, October 1, 2024. URL: [https://japan.kantei.go.jp/101\\_kishida/statement/202410/1001danwa.html](https://japan.kantei.go.jp/101_kishida/statement/202410/1001danwa.html) (accessed: June 2024)
- To those affected by the 2024 Noto Peninsula Earthquake — Information to assist disaster victims. Prime Minister's Office of Japan, December 13, 2024. URL: [https://japan.kantei.go.jp/101\\_kishida/statement/202410/1001danwa.html](https://japan.kantei.go.jp/101_kishida/statement/202410/1001danwa.html) (accessed: December 2024)
- Информация и консультации о землетрясении на полуострове Ното. Ishikawa Foundation for International Exchange website, 2024. URL: [https://ifie.or.jp/japan/foreigners/useful\\_info/noto2024\\_eq.html](https://ifie.or.jp/japan/foreigners/useful_info/noto2024_eq.html) (accessed: June 2024).

### Список литературы References

- Мягков А.А. 2022. Теория ситуационной кризисной коммуникации в управлении организации. В кн.: Организационно-экономические и инновационно-технологические проблемы модернизации экономики России. Сборник статей XII Международной научно-практической конференции (Пенза, 24–25 июня 2022 г.). Под ред. Лазарева В.Н., Тарских Б.Я. Пенза, Пензенский государственный аграрный университет: 189–193.
- Myagkov A.A. 2022. Theory of situational crisis communication in the management of the organization. In: Organizatsionno-ekonomicheskie i innovatsionno-tekhnologicheskie problemy modernizatsii ekonomiki Rossii [Organizational, economic and innovative-technological problems of modernization of the Russian economy]. Collection of articles of the XII International scientific and practical conference (Penza, June 24–25, 2022). Ed. Lazarev V.N., Tarskikh B.Ya. Penza, Publ. Penzenskii gosudarstvennyi agrarnyi universitet: 189–193.
- Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А., Балтыков Б.О. 2020. Концепция кросс-культурных различий Г. Хофштеде и ее применение в маркетинговых коммуникациях. *Проблемы современной экономики*, 2(74): 161–164.
- Pashkus V.Yu., Pashkus N.A., Baltykov B.O. 2020. Kontseptsiya kross-kul'turnykh razlichii G. Khofshtede i ee primeneniye v marketingovykh kommunikatsiyakh [Hofstede's concept of cross-cultural differences and its application in marketing communications]. *Problemy sovremennoi ekonomiki*, 2(74): 161–164.
- Benoit W. 1997. Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23(2): 177–186. DOI: [10.1016/s0363-8111\(97\)90023-0](https://doi.org/10.1016/s0363-8111(97)90023-0)
- Coombs W.T. 2007. Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3): 163–176. DOI: [10.1057/palgrave.crr.1550049](https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049)
- Dhanesh G., Sriramesh K. 2018. Culture and Crisis Communication: Nestle India's Maggi Noodles Case. *Journal of International Management*, 24(3): 204–214. DOI: [10.1016/j.intman.2017.12.004](https://doi.org/10.1016/j.intman.2017.12.004)
- Diers-Lawson A. 2017. A State of Emergency in Crisis Communication an Intercultural Crisis Communication Research Agenda. *Journal of Intercultural Communication Research*, 46(1): 1–54. DOI: [10.1080/17475759.2016.1262891](https://doi.org/10.1080/17475759.2016.1262891)
- Dorfman, P. W., Howell, J. P., Hibino, S., Lee, J. K., Tate, U., & Bautista, A. 1997. Leadership in Western and Asian countries: Commonalities and differences in effective leadership processes across cultures. *The Leadership Quarterly*, 8(3): 233–274. DOI: [10.1016/S1048-9843\(97\)90003-5](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(97)90003-5)
- Fischer U., Orasanu J. 1999. Say it again, Sam! Effective Communication strategies to mitigate pilot error. In: Proceedings of the 10th International Symposium on Aviation Psychology. Eds. R. Jensen & L. Rakovan. Columbus, Ohio, Ohio State University: 362–366.
- Hofstede G. 2001. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. Thousand Oaks, CA, Sage Publications, 616 p.
- Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. 2010. Cultures and organizations: Software of the mind. New York, McGraw-Hill, 576 p.
- Кос Е. 2013. Power distance and its implications for upward communication and empowerment: Crisis management and recovery in hospitality services. *Journal of Human Resource Management*, 24(19): 3681–3696. DOI: [10.1080/09585192.2013.778319](https://doi.org/10.1080/09585192.2013.778319)
- Merkin R. 2011. Middle-Eastern Impression Management Communication. *Cross Cultural Research*, 46(2): 109–132. DOI: [10.1177/1069397111424867](https://doi.org/10.1177/1069397111424867)



- Minkov M., Kaasa A. 2022. Do dimensions of culture exist objectively? A validation of the revised Minkov-Hofstede model of culture with World Values Survey items and scores for 102 countries. *Journal of International Management*, 28(4): 100971. DOI:[10.1016/j.intman.2022.100971](https://doi.org/10.1016/j.intman.2022.100971)
- Mujtaba, B.G., Afza, T., & Habib, N. 2011. Leadership Tendencies of Pakistanis: Exploring Similarities and Differences based on Age and Gender. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 2: 199–212. DOI: [10.22610/JEBS.V2I5.238](https://doi.org/10.22610/JEBS.V2I5.238)
- Taylor M. 2000. Cultural variance as a challenge to global public relations: A case study of the Coca-Cola scare in Europe. *Public Relations Review*, 26(3): 277–293. DOI:[10.1016/S0363-8111\(00\)00048-5](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(00)00048-5)
- The Handbook of Crisis Communication. 2012. Eds. W.T. Coombs, S.J. Holladay. Wiley-Blackwell, A John Wiley & Sons, Ltd., Publication, 768 p.
- Zhao H. 2022. When organizational crises meet nationalism: Crisis communication of multinational corporations in the Chinese context. *Public Relations Review*, 48(3): 102–198. DOI:[10.1016/j.pubrev.2022.102198](https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102198)

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 6.08.2024

Поступила после рецензирования 31.01.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received August 6, 2024

Revised January 31, 2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Луканина Мария Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры международной коммуникации, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова; доцент кафедры иностранных языков и коммуникационных технологий, Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС», г. Москва, Россия.

**Maria V. Lukanina**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Communications, Lomonosov Moscow State University; Associate Professor of the Department of Modern Languages and Communication, National University of Science and Technology “MISIS”, Moscow, Russia.



УДК 654.197.001.33  
DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-48-59

## Инструменты привлечения внимания аудитории к реалити-шоу «Битва экстрасенсов»

Скатова Е.О., Говорухина Ю.А.

Балтийский федеральный университет им. И. Канта  
Россия, 236041, Калининград, ул. Александра Невского, д. 14

[IGovorukhina@kantiana.ru](mailto:IGovorukhina@kantiana.ru)

**Аннотация.** Рейтинг телевизионных программ является важным параметром изучения аудитории, ее структуры, предпочтений и потребностей, а также индикатором эффективности используемых средств управления вниманием зрителя. На фоне снижения рейтингов телеканалов высокий интерес аудитории к реалити-шоу делает необходимым понимание механизмов привлечения внимания современного зрителя. Их арсенал помогает не только обеспечить коммерческий успех, но и сформировать представление о потребностях и слабостях зрителя, позволяющих манипулировать им. Несмотря на существующие попытки изучить прагматику реалити-шоу, не сложилось целостного понимания, что именно делает его популярным телевизионным жанром, каковы механизмы манипулирования сознанием зрителя. Цель исследования – выявить способы привлечения и удержания внимания телевизионной аудитории на примере «Битвы экстрасенсов» как программы с наиболее высокими рейтингами. Структурно-типологический анализ сюжетов нескольких сезонов «Битвы экстрасенсов» позволил вычленить сюжетные ходы со следующими повторяющимися функциями и выраженным воздействующим эффектом: «оправдание ошибки», «пошло не по плану», «сюжет края», «ложная надежда», «навязанный ответ», «неожиданное признание». Проведен анализ отзывов активных зрителей шоу и представлена классификация типов зрителей. Описаны приемы привлечения и удержания внимания аудитории, создания эффекта достоверности, типы персонажей, их функции и архетипическая природа.

**Ключевые слова:** реалити-шоу, манипуляция вниманием, морфология сюжета, структурно-типологический анализ, битва экстрасенсов

**Для цитирования:** Скатова Е.О., Говорухина Ю.А. 2025. Инструменты привлечения внимания аудитории к реалити-шоу «Битва экстрасенсов». *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 48–59. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-48-59

---

## Tools for Attracting Audience Attention to the Reality Show "Battle of Psychics"

Elena O. Skatova, Julia A. Govorukhina

Immanuel Kant Baltic Federal University  
14 A Nevskogo St, Kaliningrad 236016, Russia

[IGovorukhina@kantiana.ru](mailto:IGovorukhina@kantiana.ru)

**Abstract.** The rating of television programs is an important parameter for studying the audience, its structure, preferences and needs, as well as an indicator of the effectiveness of the ways used to control the viewer's attention. Against the background of declining TV channel ratings, the high interest of the audience in reality shows makes it necessary to understand the mechanisms for attracting the attention of a modern viewer. Their arsenal helps not only to ensure commercial success, but also to form an idea of the needs and weaknesses of the viewer, allowing them to be manipulated. Despite the existing attempts to study the pragmatics of reality shows, there is no comprehensive understanding of what exactly makes it a popular

television genre, what are the mechanisms for manipulating the viewer's consciousness. The purpose of the study is to identify ways to attract and retain the attention of the television audience using the example of "The Battle of Psychics" as a program with the highest ratings. Structural and typological analysis of the plots of several seasons of the "Battle of Psychics" allowed us to identify plot moves with the following recurring functions and a pronounced influencing effect: "justification of a mistake", "not going according to plan", "plot of the edge", "false hope", "imposed answer", "unexpected confession". An analysis of reviews from active viewers of the show is conducted and a classification of viewer types is presented. The techniques for attracting and holding the audience's attention, creating the effect of authenticity, character types, their functions and archetypal nature are described.

**Keywords:** reality show, attention manipulation, plot morphology, structural-typological analysis, Battle of Psychics

**For citation:** Skatova E.O., Govorukhina Ju.A. 2025. Tools for Attracting Audience Attention to the Reality Show "Battle of Psychics". *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 48–59 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-48-59

---

## Введение

Рейтинг телевизионных программ является важным параметром изучения аудитории, ее структуры, предпочтений и потребностей, а также индикатором эффективности используемых средств управления вниманием зрителя. На фоне снижения рейтингов телеканалов высокий интерес к реалити-шоу делает необходимым понимание механизмов привлечения внимания современного зрителя. Их арсенал помогает не только обеспечить коммерческий успех, но и сформировать представление о потребностях и слабостях публики, позволяющих манипулировать ею. Особенно важной эту область исследования делает происходящая трансформация в представлении об аудитории как обладающей силой влияния на СМИ: зритель выбирает источники информации и развлечения, может прервать просмотр, оставить отклик. Становящаяся все более избирательной и сегментированной, телевизионная аудитория диктует выбор тем, сюжетов, героев, жанров и т. п.

За последние десятилетия жанр реалити-шоу стал неотъемлемой частью телевидения, предлагая зрителям возможность стать виртуальными наблюдателями, свидетелями реальных событий и эмоций участников. По данным информационно-аналитического портала Sostav.ru, 2023 год отличился ростом доли просмотров реалити-шоу среди женщин до 3,8 % (в 2022-м – 2,8 %). Шоу «Битва экстрасенсов» (далее – БЭ) на протяжении многих лет остается одним из самых популярных и обсуждаемых на российском телевидении. На сегодняшний день 24-й сезон БЭ возглавляет рейтинг от Mediascope «100 наиболее популярных программ среди россиян от 18 до 54 лет». В 2024 году доля зрителей шоу возросла до 17,4 % (возраст 14–44 года). В 2022, в 2021 и 2020 годах показатель держался на уровне 13,2, 14,5 и 13,1 %. У участников шоу множатся сайты и фанаты, появляются свои проекты. Многие гастролируют по России и ближнему зарубежью, зарабатывая предоставлением своих эзотерических услуг.

В то же время не существует четкого понимания, что именно делает шоу таким популярным, какие приемы манипуляции зрительским вниманием используются при написании сценариев. Эти вопросы непосредственно связаны с другими, выходящими в область психологии, социологии, антропологии: каковы потребности современного человека, каковы механизмы манипулирования его сознанием. Являющиеся до сих пор «открытыми», они определяют актуальность темы нашего исследования.

Реалити-шоу уже становились объектом изучения [Гуцал, 2008а, 2008б, 2009; Григорова, 2010; Уразова, 2011; Mast, 2016; Chudy, 2018; Thoma, Patel, 2020]. Морфологию сюжета исследовала М. Штуккерт [Штуккерт, 2020], ряд психологических манипуляций выделила И. Файзрахманова [Файзрахманова, 2019], формы продвижения БЭ описывались



Е. Серенковой [Серенкова, 2022], дискурсивные особенности вычленились В. Дементьевым [Дементьев, 2023]. Наше исследование продолжает изучение воздействующего потенциала шоу, начатое в названных работах, расширяя представление об арсенале способов управления вниманием аудитории.

Цель исследования – выявление способов привлечения и удержания аудитории к реалити-шоу БЭ.

### Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили видеозаписи программ шоу, размещенные на сайте Lords.lat и Rutube (сезоны 1, 5, 8, 12 и 24), а также отзывы зрителей, размещенные на сайте «Отзовик» и во «ВКонтакте».

В исследовании использовался разработанный В.Я. Проппом [Пропп, 1998] структурно-типологический метод, позволивший выявить повторяющиеся структурные элементы в сюжетах шоу (типы героев и их функции, сюжетные ходы). Кроме того, вычленив приемы манипулятивного воздействия на зрителя, мы опирались на функционально-прагматический подход к изучению текста, учитывающий фактор адресата и условия акта коммуникации (Ю.Д. Апресян [Апресян, 1995], Н.Д. Арутюнова [Арутюнова, Падучева, 1985], Е.В. Падучева [Падучева, 2011]). Вслед за В. Паниным [2018] мы используем анализ отзывов в сети как метод оценки потребительской удовлетворенности.

### Результаты и их обсуждение

На сегодняшний день используются следующие формы продвижения БЭ: наружная, телевизионная и интернет-реклама, создание и распространение фотомемов и инфографики, видео-трейлеров, приглашение известной личности, коммодификация (превращение образов шоу в товар: фигурка в виде руки – символа шоу, книги, написанные участниками шоу, предметы с фотографиями экстрасенсов (подушки, постеры, акриловые фигурки, наклейки, чехлы на телефоны и многое другое)). Свою эффективность в продвижении программы показали разоблачение экстрасенсов (документальный фильм «Идущие к черту» (2019) Б. Соболева), скандалы с участием Сергея Сафронова<sup>1</sup>, Марата Башарова<sup>2</sup>, Джулии Ванг<sup>3</sup>.

БЭ привлекает различные группы зрителей, ее целевая аудитория включает людей разного возраста, но с общим интересом к сверхъестественному. Сравнительно-типологический анализ отзывов активных зрителей шоу в социальной сети ВКонтакте, а также на портале «Отзовик» позволил выделить несколько типов зрителей.

Первый тип зрителей шоу – люди, которые верят, что увиденный сюжет не инсценировка, а участники – настоящие экстрасенсы. Они действительно переживают за участников шоу. Мышление таких зрителей «магическое», характеризующееся убеждением, что через физические и умственные действия можно оказывать влияние на происходящие события в реальности. Оно подразумевает причинную связь между личным опытом человека и внешним физическим миром. Зрители с магическим мышлением (об эзотеризме как социокультурном явлении см.: [Яковлева, 2000]; о понятии «магическое мышление» см.: [Малиновский, 2015]) не только обсуждают шоу, но и сами используют различную атрибутику, чтобы рекламировать мистические услуги и зарабатывать.

<sup>1</sup> Экс-ведущий «Битвы экстрасенсов» раскрыл влияние скандала с шоу на его жизнь // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/news/2024/01/18/bitva/> (дата обращения: 20.11.2024).

<sup>2</sup> СМИ: Марата Башарова выгоняют из «Битвы экстрасенсов» после скандала // RG.ru. URL: <https://rg.ru/2019/02/23/smi-marata-basharova-vygoniaut-iz-bitvy-ekstrasensov-posle-skandala.html> (дата обращения: 20.11.2024).

<sup>3</sup> Джулия Ванг разоблачила «Битву экстрасенсов» и отреклась от магии // RuNews24. URL: <https://runews24.ru/show-business/23/06/2018/cd0a1f0d5eddc7b90225b2442a406536> (дата обращения: 20.11.2024).

Так, София Гончарова восклицает: *«Я в это верю! Не понимаю тех, кто думают, что все экстрасенсы – это актеры. Да еще и, не зная экстрасенсов, оскорбляют и показывают, что они “шарлатаны” и т.д.»*. В одном из комментариев зритель Ирэна Фарт-Дюндина обращается к участнику БЭ: *«Лиза! ПОМОГИ, БОЖИЙ ЧЕЛОВЕК! Обещают, деньги берут, а не делают другие... Род исчезает от мамы моей... Сестра – выкидыши (мать настояща). У меня – куча аборт. Старшей – уже 40 в этом году. Внуков нет. Пишу маслом мечту»*<sup>1</sup>.

Второй тип зрителей шоу – это люди, которые считают, что БЭ – это полностью срежиссированная программа, постановочное шоу. Например, пользователь cadavera пишет: *«Голосом Станиславского “Не верю!” Как иногда хочется верить в чудеса и что случаются волшебства. Но нет, только не в этой передаче. Шоу рассчитано на среднестатистического быдлозрителя, готового съесть всё, что показывают в телевизоре...»*<sup>2</sup>. Оценочные высказывания «в первую очередь шоу», «что правда, знает ограниченный круг лиц», «Голосом Станиславского “Не верю!”», «люди-недоактёры» и т. п. свидетельствуют о том, что зрители обладают критическим мышлением, сомневаются в подлинности происходящего на экране.

Третий тип – зрители, которые смотрят шоу как развлекательную программу, не задумываясь, правда это или нет. Так, пользователь kat34 пишет: *«Несколько лет назад началась эта программа на телеканале ТНТ, и все это время я смотрю ее с большим удовольствием. Очень интересные и захватывающие задания и, конечно, не всегда во все можно поверить, но программа построена как-то ненавязчиво и во многое веришь с большой легкостью...»*<sup>3</sup>. В комментариях зрителей третьего типа мы видим, что аудитории интересны форматы испытаний, сама драматургия сюжета шоу. Такие пользователи вскользь указывают на достоверность шоу, но не делают на этом акцент.

Четвёртый тип – зрители, для которых вопрос о подлинности происходящего – отдельный предмет рефлексии. Рефлексирующие пользователи высказывают мнение нейтрально, большинство не исключает реальность существования ясновидящих и экстрасенсов. В качестве аргументов приводятся личные истории из жизни, связанные с мистикой и со сверхспособностями. Так, пользователь uanka5s пишет: *«Классная программа – шоу “Битва экстрасенсов”. Двойное суждение о ней можно составить – тут либо это выдумка, либо нет. Я думаю, что третьего варианта нет. Ради развлечения посмотреть данную программу очень даже неплохо. Все равно мы не узнаем – правда это или ложь <...> Достоинства: интересно Недостатки: нельзя проверить подлинность»*<sup>4</sup>. Пользователь с никнеймом kropacheva: *«Если честно, я даже не знаю, как к ней относиться! В какой-то степени, я скептик. С одной стороны, это все может оказаться подставой, одним из так называемых шоу. Но, не знаю, мне все-таки кажется, что все, что показывают в “Битве экстрасенсов”, все правда и на самом деле бывают люди со сверхъестественными способностями, которые могут видеть прошлое и будущее людей, найти пропавшего человека и так далее»*<sup>5</sup>.

Успех шоу БЭ в первую очередь обусловлен сюжетом, захватывающим зрителя и заставляющим следить за событиями. Он уже стал объектом исследования. Так, И. Файзрахманова в работе «Психологические манипуляции аудиторией на примере реалити-шоу “Битва экстрасенсов”» [Файзрахманова, 2019] исследует 14 сезонов шоу с точки зрения использования манипулятивных приемов воздействия на зрителя. По мнению исследовательницы, эти приемы нацелены на формирование доверия к участникам. В частности, вычлняются «фактор края» – прием, учитывающий особенности памяти

<sup>1</sup> <https://vk.com/bitva.exstrasensov?from=search> (дата обращения: 20.11.2024).

<sup>2</sup> [https://otzovik.com/review\\_95096.html](https://otzovik.com/review_95096.html) (дата обращения: 28.11.2024).

<sup>3</sup> [https://otzovik.com/review\\_3016180.html](https://otzovik.com/review_3016180.html) (дата обращения: 10.09.2024).

<sup>4</sup> [https://otzovik.com/review\\_1520062.html](https://otzovik.com/review_1520062.html) (дата обращения: 10.09.2024).

<sup>5</sup> [https://otzovik.com/review\\_64358.html](https://otzovik.com/review_64358.html) (дата обращения: 10.09.2024).



человека (лучше запоминается первая и последняя фраза); эффект присутствия – якобы контакт с покойниками; скрытая тревога – завуалированное поддержание тревоги, запуганности «жертвы»; исполнение роли жертвы – представление экстрасенса в виде жертвы для того, чтобы вызвать сочувствие и пробудить жалость; тактильный, визуальный контакт.

М. Штуккерт рассматривает БЭ как сериал, сюжет которого обеспечивает устойчивый и в целом осмысленный диалог со зрителем, и приходит к выводу, что сюжет шоу предполагает не только интригующие мистические события, но и организует систему этих событий таким образом, чтобы это было интересно зрителю: «За более чем 10-летнюю историю существования шоу выработало повторяющуюся из сезона в сезон, узнаваемую сюжетную схему, обладающую возможностями вариаций» [Штуккерт, 2020, с. 338]. Исследовательница выделяет следующие каноны внешнего сюжета: выбор «достойных», выполнение трудных заданий и отсеивание «слабых звеньев», соперничество и выбор лучшего, а также следующие типы героев: тёмные маги и ведьмы, целители, экзотичные национальные маги/шаманы/колдуны, чудаки. Морфологически сюжет БЭ напоминает модель волшебной сказки: «Есть ситуация недостачи, есть условное совпадение некоторых эпизодов (испытания, выявление ложного героя), есть героини-функции. Это совпадение может ощущаться и зрителем на уровне нарративного ожидания: если есть недостача, то должно быть и ее восполнение» [Штуккерт, 2020, с. 338–339].

На наш взгляд, методология и алгоритм анализа, представленный в работе М. Штуккерта, является продуктивными. Нами было продолжено исследование морфологии сюжета шоу БЭ. Анализ 20 эпизодов позволил дополнить предложенный исследовательницей список сюжетных ходов со следующими повторяющимися «функциями». Каждый, на наш взгляд, обладает выраженным воздействующим эффектом, привлекающим и удерживающим внимание зрителя.

**«Оправдание ошибки».** Экстрасенсы объясняют свои неудачные ответы влиянием тех или иных обстоятельств. Разные варианты оправданий встречаются в каждой серии каждого сезона шоу. Так, в 3 серии 1 сезона экстрасенсы объяснили невыполнение задания по поиску супружеских пар тем, что участники изначально выбрали себе неподходящих партнеров. В 5 серии 1 сезона экстрасенсам было предложено с помощью фотографии в конверте определить, кто или что находится в соседней комнате. Герои предполагали, что за стенкой находится живое существо, однако не все дали правильный ответ. Например, ясновидящая Арина Евдокимова в соседней комнате увидела мужчину и оправдалась тем, что у неё есть обет: «Отказ от поиска и телепатии – я не имею права перешагивать через обет». «Оправдание ошибки» воздействует на зрителя следующим образом: снижает критическое восприятие неудач экстрасенсов, подготавливает зрителя к принятию ошибки как несущественной или случайной, сохраняет доверие экстрасенсу и формату шоу.

**«Пошло не по плану».** Данный сюжетный ход включает в себя действие, на первый взгляд, не вписывающееся в сценарий. Например, во 2 серии 1 сезона для того, чтобы привлечь внимание зрителя, заставить его волноваться и сопереживать, сценаристы выделили историю одной девушки. После испытания к ней подошла экстрасенс, они поговорили о диагнозе, до этого момента неизвестном. Затем девушка призналась экспертам, что действительно попала в больницу спустя время. Сценаристы таким образом использовали прием деавтоматизации восприятия, когда, как кажется, незапланированное событие нарушает заданную последовательность. Подобные сюжетные повороты удерживают внимание зрителя, создают иллюзию достоверности, несрежиссированности происходящего. Данный сюжетный ход добавляет драматичности и непредсказуемости сюжету, создает иллюзию живого и непредсказуемого процесса.

**«Сюжет края».** В этом случае интрига держится до конца задания, никто из экстрасенсов не дает верного ответа/не находит спрятанное и т. п. Зритель начинает думать, что, возможно, никто не справится (это предположение, как правило, поддерживается

репликами ведущего или приглашенной в качестве наблюдателя звезды. Так, Сафронов восклицает: «Неужели никто не найдёт бомбу?» (2 серия, 1 сезон). Последний участник «на краю» эпизода выполняет задание, и интрига разрешается успехом. «Сюжет края», как показало исследование, встречается во всех сериях БЭ. По-видимому, сценаристы понимают, что такой прием обладает большой манипулятивной силой, заставляя зрителя досматривать каждый эпизод до конца, надеясь на удачу последнего участника.

**«Ложная надежда»** – такой сюжетный ход, когда экстрасенс, выполняя задание, ориентируется на что-то, уверен в том, что он идёт в нужном направлении, однако ориентир оказывается ложным. «Ложная надежда» воздействует на зрителя таким образом, что формирует ожидание, что экстрасенс может все-таки справиться с заданием в следующий раз.

**«Навязанный ответ»** – такой сюжетный ход, когда эксперт или наблюдатель помогает экстрасенсу правильно ответить на вопросы в задании. Так, в 5 серии 1 сезона участник эксперимента Алексей фактически навязал экстрасенсу Наталье Воротниковой свою версию случившегося: «Получается, жильё было причиной гибели?». Эксперт испытания Михаил Виноградов заметил: «Вы пытаетесь экстрасенса навести на какую-то мысль, вы просто рассказываете и получаете в ответ то, что вы хотите услышать». Ведущий М. Пореченков согласился: «Интересно, что бы сказала экстрасенс, если бы Алексей ей не мешал?». «Навязанный ответ» создает иллюзию достоверности происходящего, а также оказывается раздражающим фактором для зрителя, который воспринимает подсказку как нарушение правил игры.

**«Неожиданное признание»** – сюжетная ситуация, когда экстрасенс признается в чем-либо. Например, Валекс Буяк заявляет в 5 серии 8 сезона, что он «белорусский Мавроди». В интернете действительно есть данные о том, что он белорусский журналист и писатель, профессиональный каратист и организатор боев без правил «Мистер Силач Сэкай», известен в Белоруссии как создатель крупнейшей финансовой пирамиды «Сэкай». Сюжетный ход «Неожиданное признание» шокирует зрителя, привлекает внимание не только к сюжету игры, но и к личности участника.

Выявленные сюжетные ходы удерживают внимание зрителя за счет создания эффекта достоверности происходящего, создания интригующего события, привлечения внимания к тому, что располагается за границами сценария (к личности участника, социальным проблемам, отсылка к которым сознательно вводится в ходе испытаний).

**Роль ведущего/наблюдателя как манипулятора зрительским вниманием.** Фигура ведущего еще не становилась объектом внимания исследователей рассматриваемого шоу. Тем не менее, на наш взгляд, он выполняет важную функцию, воздействуя на сознание зрителя. Анализ реплик, реакций, поведения ведущих шоу позволил реконструировать концепцию образа ведущего. Ведущий БЭ – ключевая фигура программы, которая является символом узнаваемости проекта. Его роль предполагает, что он ближе к зрителям, чем к экстрасенсам. Это позиция скептика, которая соответствует настроению большинства зрителей, которые начинают смотреть шоу. Ведущий высказывает такие мысли, которые близки зрителю и могли бы быть высказаны им. Так, в самом начале 1 сезона, во 2 серии, Михаил Пореченков говорит: «Добро пожаловать на “Битву экстрасенсов”, мы начинаем самые масштабные испытания людей, обладающих паранормальными способностями. Все участники нашего эксперимента действительно считают себя экстрасенсами. Они умеют то, что не дано другим людям, их знакомые утверждают, что это просто невероятно! Но мы же не можем этим людям поверить на слово, и поэтому всё должны увидеть своими глазами».

**Закадровый субъект.** Функция закадрового субъекта сближается с функцией ведущего: он сомневается в сверхспособностях экстрасенсов и призывает зрителей стать свидетелями проверки. Закадровый голос в шоу звучит твёрдо и уверенно на фоне мистической, интригующей музыки. Пример реплик в 8 сезоне, 5 серии: «Экстрасенсов проверяет милиция: уникальный эксперимент. Смогут ли ясновидящие найти фальшивые



деньги?», «В этой квартире люди один за другим уходят из жизни. Как остановить машину смерти? Помогут ли экстрасенсы избавиться от живого рока?». Голос словно внушает зрителю, что каждая серия исключительная и особенная, что сегодня всем точно станет ясно, существуют экстрасенсы или нет.

В БЭ также присутствует **персонаж-наблюдатель**, или **эксперт**, который нередко озвучивает то, что мог бы сказать зритель, изображает возможные зрительские реакции. Так, в 3 серии 1 сезона экстрасенс цыганка Алёна Орлова начала рассказывать о женщинах – участницах эксперимента, об их характерах. Играющий роль скептика Сергей Сафронов заметил: «Как всем здорово заморочила мозги наша любимая Алёна. Все пары даже забыли об испытании». «Заморочила мозги» здесь – возможная реакция зрителя.

### Приемы привлечения и удержания внимания

Анализ нескольких сезонов шоу позволил вычленить ряд приемов, которые обладают, на наш взгляд, выраженным манипулятивным эффектом:

**1. Предложение зрителям проверить свои сверхспособности.** Так, во 2 серии 1 сезона на экране были размещены иконки участников эксперимента, зрителю была предоставлена возможность выбрать двух героинь, которые, в отличие от остальных, являются беременными. Задание сопровождалось высказыванием ведущего: «А может, и у вас есть сверхспособности? Уже скоро вы узнаете, насколько развита ваша интуиция». В результате зритель вовлекается в предложенную игру и задумывается: «А вдруг я тоже экстрасенс, а вдруг я тоже исключительный?». Это привлекает его к сюжету, удерживает внимание (возникает интрига: смогут ли экстрасенсы угадать то, что (не)угадал я?). В 5 сезоне 6 серии задача экстрасенсов была расставить существующие пары правильно. Голос за кадром: «А вы можете это сделать? Кто, например, хозяин этого хищника? Попробуйте просто почувствовать. А кто выращивает этого малыша, что подсказывает вам ваше шестое чувство? Кто причёсывает этого зверя? Постарайтесь сделать выбор не задумываясь».

**2. Использование императивов в речи ведущего** также может быть квалифицировано как манипулятивный прием, подталкивающий зрителей к тем или иным размышлениям. Например, ведущий может использовать императивы вроде «поверьте», «услышьте», «попробуйте», «сосредоточьтесь» и др. для того, чтобы вовлечь зрителя.

**3. Сближение позиций зрителя и экстрасенса, зрителя и эксперта.** Так, во 2 серии 1 сезона экстрасенсы должны были сказать, кто хозяин дома, в который их привезли, какие события произошли в нем. Человек у экрана, как и участники шоу, не знает правильного ответа и на несколько минут оказывается в роли участника. Затем, когда зритель, в отличие от участников, понимает, что это дом М. Круга, он начинает ощущать себя в роли эксперта и оценивать действия и варианты ответов экстрасенсов.

**4. Аппелляция к значимому событию** (событию, которое в свое время эмоционально переживалось обществом). Так, эпизод со спрятанной бомбой (2 серия, 1 сезон) предшествуют документальные кадры террористического акта. Актуализированный контекст должен вызвать у зрителей дополнительные эмоции, заставить смотреть эпизод с большим интересом.

**5. Манипулятивна, на наш взгляд, сама повторяющаяся логика сюжета серии.** Последовательность заданий «работает» на усиление напряженности действия. Покажем это на примере 2 серии 1 сезона. В начале серии мы видим эпизод с поиском беременных (задание, не апеллирующее к коллективной памяти зрителей, включающее «чужие» личные истории). Следующее задание («найти бомбу») актуализирует коллективную память. Затем следует сюжет о Михаиле Круге, человеке, которого знает вся страна и историей гибели которого многие были шокированы. Логика подобной последовательности заданий предполагает постепенное нарастание эмоционального напряжения: от нейтральных тем к более тревожным, а затем к более драматичным событиям. Логика сюжета сама по себе

манипулятивна: сценаристы сознательно усиливают эмоции зрителей, словно играя на их чувстве эмпатии, чтобы удерживать внимание и вызывать эмоциональный всплеск.

### Приемы создания эффекта достоверности происходящего

Интерес к шоу БЭ поддерживается последовательно создаваемой иллюзией достоверности происходящего. В программу приглашают известных людей, чтобы показать зрителям, что в программе участвуют знаменитые люди, мнение которых авторитетно. У зрителя может сложиться мнение, что, если знаменитости шокированы происходящим на съёмочной площадке, значит, это не постановочное шоу. Другой способ создать иллюзию достоверности – показ, казалось бы, спонтанных действий героев. Так, в 3 серии 1 сезона экстрасенс Алёна Орлова, как сказал ведущий, «совершенно неожиданно для съёмочной группы устроила спиритический сеанс». Этой фразой М. Пореченков убеждает зрителей, что в программе нет заранее прописанного сценария, всё происходит здесь и сейчас.

Сравнительно-типологический анализ сюжетов шоу позволил вычленить ряд повторяющихся типов героев БЭ. Основанием для типологизации послужила функция, которую выполняет герой в сюжете. В ряде случаев мы обнаружили черты архетипических образов. Согласно К. Юнгу [2019], архетипы представляют собой универсальные образы, которые вызывают эмоциональный отклик, поскольку являются частью нашей психики. Архетипы касаются основных человеческих чувств и эмоций (например, борьба добра и зла, поиск себя и смысла жизни, любовь и др.) и могут оказывать достаточно сильное манипулятивное воздействие на зрителей.

**Пугающий.** Функция этого типа героя БЭ – напугать участников испытания и зрителей. Так, одной из героинь 2 серии 1 сезона стала цыганка, которая своими действиями/словами заставила зрителей сопереживать беременным женщинам в студии. В 7 серии 1 сезона экстрасенс Наталья Воротникова пугает женщину, проводившую испытание, откровением о том, что видит в её будущем автомобильную аварию.

Данный тип героя можно соотнести с архетипом «правитель», главными признаками которого является желание править, контролировать ситуацию любой ценой, демонстрировать свою силу или лидерские качества нередко путем запугивания.

**Скептик.** Функция скептика – подвергнуть сомнению способности экстрасенсов. Например, в сюжете поиска бомбы 2 серии 1 сезона Сергей Сафронов, известный российский иллюзионист, в самом начале эпизода заявляет, что не верит, что кому-то из участников под силу найти спрятанную на стадионе бомбу. Он внимательно следит за экспериментом, создавая эффект достоверности происходящего.

В данном типе можно увидеть черты «воина», который желает справедливости и уверен в своей правоте. «Скептик» является противником всего сверхъестественного, чем завоевывает симпатию сомневающимся зрителям.

**Эксперт.** Его функция – оценить правильность ответов экстрасенсов. Как правило, вначале он скептически настроен к происходящему. Так, в 3 серии 1 сезона историк Павел, коренной житель посёлка Суханово, говорит: «В экстрасенсорику я лично не верю». Однако, увидев участницу, которая упала в обморок после прохождения испытания, сказал, что такие недомогания могут быть у людей, которые видят то, что недоступно простым людям. Павлу показалось, что экстрасенс действительно обладает сверхспособностями.

Данный тип героя можно сблизить с архетипом «опекуна» или «наставника», на которых полагаются, которым доверяют. В БЭ зрителям также предлагается довериться «эксперту».

**Наблюдатель.** Его функция – наблюдать за достоверностью происходящего, чтобы исключить обман. В роли наблюдателей в шоу могут выступать как обычные люди, так и известные личности (в 5 серии 1 сезона за чистотой эксперимента следила Анфиса Чехова, в 1 серии 22 сезона Клава Кока стала таинственным «мистером X»).



**Шут.** Функция шута – смешить участников и зрителей, демонстрировать не всегда адекватное поведение, выламываться из поведенческих моделей других участников шоу. Во 2 серии 1 сезона роль шута играл мужчина, речь которого была наполнена шутками (нередко на грани приличия). В 4 серии 1 сезона экстрасенс работал с нехарактерным для экстрасенсов юмором, смешил участников и зрителей: «Сколько раз на свадьбах был, ни разу не сомневался, что они муж и жена» (стоят друг друга). Участники эксперимента назвали его «клоуном».

### Заключение

Исследование позволило приблизиться к ответу на вопрос, в чем причины столь высокой популярности реалити-шоу БЭ. На наш взгляд, они располагаются сразу в нескольких плоскостях: социально-психологической, коммуникативно-прагматической, экономической.

Аудитория БЭ удовлетворяет посредством просмотра и обсуждения шоу следующие свои потребности: в отвлечении от повседневных забот и проблем, в развлечении (зрители смотрят увлекательную и эмоционально насыщенную программу, которая может предложить захватывающие сценарии); в удовлетворении любопытства, интереса к паранормальному (экстрасенсорике, мистике); в получении информации (людям интересно узнать больше о методах и приемах, используемых экстрасенсами, они рассматривают шоу как способ расширить свои знания в этой области); в социальном взаимодействии (обсуждение эпизодов шоу с друзьями, семьей или в онлайн-сообществах способствует укреплению социальных связей).

В сюжетах шоу «Битва экстрасенсов» вычленяются следующие типичные сюжетные ходы (можно говорить о морфологии сюжета), которые удерживают внимание зрителя: «оправдание ошибки», «пошло не по плану», «сюжет края», «ложная надежда», «самовольное выбывание», «неожиданное признание» и др. Все они удерживают внимание зрителя на протяжении многих сезонов за счет создания эффекта достоверности происходящего, интригующих событий с целью сбить зрительский автоматизм восприятия, с целью привлечения внимания к тому, что располагается за границами сценария (к личности участника, социальным проблемам, отсылка к которым сознательно вводится в ходе испытаний).

Привлекают к шоу повторяющиеся типы героев, отсылающие к архетипическим образам, манипулятивные приемы: предложение зрителям побыть в роли экстрасенсов; приём сближения позиций зрителя и экстрасенса; апелляция к остросоциальному событию/проблеме; использование императивов в речи ведущего; ряд приемов создания эффекта достоверности; логика сюжета (усиление драматизма) и др.

Важную роль в удержании внимания зрителей играет ведущий, образ которого, на наш взгляд, создан в соответствии со следующей концепцией: это скептик (как и большинство зрителей, которые начинают смотреть шоу), заинтересованный в ходе испытаний.

Итак, причины успеха БЭ, на наш взгляд, связаны не только с эффективно выстроенной пиар-кампанией и используемыми инструментами рекламы. Не менее важны собственно сюжетные манипулятивные ходы, которые рождают эффект ожидания, продуктивного привыкания (но не ощущения избитости сюжета). Зритель продолжает смотреть шоу так же, как он продолжает слушать песни любимого певца (разные, но узнаваемые).

### Список литературы

- Апресян Ю.Д. 1995. Избранные труды. Том I. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. Москва, Языки русской культуры, Восточная литература РАН, 481 с.
- Арутюнова Н.Д., Падучева Е.В. 1985. Истоки, проблемы и категории прагматики. В кн.: Новое в зарубежной лингвистике. Под ред. Е.В. Падучевой. Москва, Прогресс: 3–42.

- Григорова Д.Е. 2010. Реалити-шоу: анализ механизма манипулятивного воздействия в медиаобразовательном контексте. *Инновации в образовании*, 7: 98–120.
- Гуцал Е.А. 2008а. Проблема культурной самоидентификации участников реалити-шоу и интерпретация их бытования телезрителями. *Медиаскоп*, 2: 6. URL: [clck.ru/3GVNSY](http://clck.ru/3GVNSY) (дата обращения: 12.11.2024)
- Гуцал Е.А. 2008б. Реалити-шоу на современном российском телевидении. Дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 124 с.
- Гуцал Е.А. 2009. Реалити-шоу: некоторые аспекты типологии. *Известия Уральского государственного университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры*, 62(1–2): 179–184.
- Дементьев В.В. 2023. «Экстрасенский дискурс» и его доминанты (на материале телепередачи «Битва экстрасенсов»). *Коммуникативные исследования*, 10(1): 7–22. DOI: [10.24147/2413-6182.2023.10\(1\).7-22](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10(1).7-22)
- Малиновский Б. 2015. Магия, наука и религия. Пер. с англ. А.П. Хомика. Под ред. С.Л. Удовик. Москва, Академический проект, 298 с. (Malinowski B.K. 1948. Magic, science and religion and other essays. Glencoe, "Free Press".)
- Падучева Е.В. 2011. Семантические исследования: Семантика времени и вида в русском языке: Семантика нарратива. Москва, Языки славянской культуры, 480 с.
- Панин В.М. 2018. Анализ отзывов в сети интернет как метод оценки потребительской удовлетворенности для российских банков. *Маркетинг и маркетинговые исследования*, 1(131): 20–30.
- Пропп В.Я. 1998. Морфология (волшебной) сказки. Исторические корни волшебной сказки. Под ред. И.В. Пешкова. Москва, Лабиринт, 512 с.
- Серенкова Е.С. 2022. Содержание офлайн и онлайн-продвижения ТВ-шоу «Битва экстрасенсов». В кн.: Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей. Материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции молодых исследователей, аспирантов и студентов (Белгород, 25-29 апреля 2022 г.). Под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.В. Белоедовой. Белгород, Космос: 176–181.
- Уразова С.Л. 2011. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. Москва, Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 240 с.
- Файзрахманова И.И. 2019. Психологические манипуляции аудиторией на примере реалити-шоу «Битва экстрасенсов». В кн.: Человек. Общество. Культура. Социализация. Материалы XV Международной молодежной научно-практической конференции (Уфа, 18–19 апреля 2019 г.). Под ред. В.Л. Бенина. Часть 2. Уфа, Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы: 264–269.
- Штуккерт М.Л. 2020. Морфология «Битвы экстрасенсов»: массовый сериал о гармонизации хаоса. В кн.: Тульчинский Г.Л., Цветкова О.Л., Загидуллина М.В. и др. Культ-товары. Массовая культура в современной России: конструирование миров, умножение серий. Под ред. М.П. Абашевой, И.Л. Савкиной, М.А. Черняк. Гродно, Гродненский государственный университет им. Янки Купалы: 330–341.
- Юнг К.Г. 2019. Архетипы и коллективное бессознательное. Пер. с нем. А. Чечиной. Москва, АСТ, 495 с. (Jung C.G. 1972. Die Archetypen und das kollektive Unbewusste. Gesammelte Werke. Neunte Band. Walter, 483 s.)
- Яковлева Е.Ю. 2000. Эзотеризм (социокультурные аспекты) и его отражение на страницах современной российской прессы: по материалам журналов «Наука и религия», «Волшебная гора», «Уралия». Дис. ... канд. филол. наук. Москва, 147 с.
- Chudy R. 2018. The Individual Aspect of Participation in TV Reality Show on the Example of a Music Talent Show – Case Study. *Social Communication*, 4(1): 77–87. DOI: [10.2478/sc-2018-0009](https://doi.org/10.2478/sc-2018-0009)
- Mast J. 2016. The Dark Side of «Reality TV»: Professional Ethics and the Treatment of «Reality»-Show Participants. *International Journal of Communication*, 10: 2179–2200.
- Thoma F., Patel N. 2020. To Study Audiences View About Reality Television Show: Empirical Study. *International Journal of Current Advanced Research*, 9(06A): 22412–22416. DOI: [10.24327/ijcar.2020.22416.4418](https://doi.org/10.24327/ijcar.2020.22416.4418)



## References

- Apresyan Yu.D. 1995. *Izbrannye Trudy [Selected Works]. Vol. I. Leksicheskaya semantika. Sinonimicheskie sredstva yazyka [Lexical Semantics. Synonymous Means of Language]*. Moscow, Publ. Yazyki russkoi kul'tury, Vostochnaya literatura RAN, 481 p.
- Arutyunova N.D., Paducheva E.V. 1985. Istoki, problemy i kategorii pragmatiki [Origins, problems and categories of pragmatics]. In: *Novoe v zarubezhnoi lingvistike [New in foreign linguistics]*. Ed. E.V. Paducheva. Moscow, Publ. Progress: 3–42.
- Grigorova D.E. 2010. Reality-Show: Analysis of the Mechanism of Manipulative Influence in Media Education Context. *Innovation in Education*, 7: 98–120 (in Russian).
- Gutsal E.A. 2008a. Problems of cultural self-identification of reality-show participants and the viewers' interpretation of their TV-life. *Mediascope*, 2: 6 (in Russian). URL: [clck.ru/3GVNSY](http://clck.ru/3GVNSY) (accessed: 12.11.2024).
- Gutsal E.A. 2008b. Realiti-shou na sovremennom rossiiskom televidenii [Reality show on modern Russian television]. Diss. ... Cand. Philological sciences. Ekaterinburg, 124 p.
- Gutsal E.A. 2009. Reality-show: some tipological aspects. *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*, 62(1–2): 179–184.
- Demytyev V.V. 2023. "Psychic discourse" and its dominants (on the material of the TV show "The battle of psychics"). *Communication Studies (Russia)*, 10(1): 7–22 (in Russian). DOI: [10.24147/2413-6182.2023.10\(1\).7-22](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10(1).7-22)
- Malinovskii B. 2015. Magiya, nauka i religiya [Magic, science and religion]. Per. from English A.P. Khomika. Ed. S.L. Udovik. Moscow, Publ. Akademicheskii proekt, 298 p. (Malinowski B.K. 1948. *Magic, science and religion and other essays*. Glencoe, "Free Press".)
- Paducheva E.V. 2011. Semanticheskie issledovaniya: Semantika vremeni i vida v russkom yazyke: Semantika narrative [Semantic studies: Semantics of time and aspect in Russian: Semantics of narrative]. Moscow, Publ. Yazyki slavyanskoi kul'tury, 480 p.
- Panin V.M. 2018. Analiz otzyvov v seti internet kak metod otsenki potrebitel'skoi udovletvorennosti dlya rossiiskikh bankov [Analysis of online reviews as a method for assessing consumer satisfaction for Russian banks]. *Marketing i marketingovye issledovaniya*, 1(131): 20–30.
- Propp V.Ya. 1998. Morfologiya (volshebnoi) skazki. Istoricheskie korni volshebnoi skazki [Morphology of the (magic) fairy tale. Historical roots of the fairy tale]. Pod red. I.V. Peshkov. Moscow, Publ. Labirint, 512 p.
- Serenkova E.S. 2022. The manifestation of metamodernism and the phenomenon of «new sincerity» in modern media. In: *Zhurnalistika, massovye kommunikatsii i media: vzglyad molodykh issledovatelei [Journalism, mass communications and media: the view of young researchers]*. Proceedings of the All-Russian (with international participation) scientific and practical conference of young researchers, graduate students and students (Belgorod, April 25-29, 2022). Eds. E.A. Kozhemyakin, A.V. Polonsky, A.V. Beloedova. Belgorod, Publ. Kosmos: 176–181.
- Urazova S.L. 2011. Realiti-shou: osobennosti i printsipy modelirovaniya [Reality show: features and principles of modeling]. Moscow, Publ. Institut povysheniya kvalifikatsii rabotnikov televideniya i radioveshchaniya, 240 p.
- Faizrakhmanova I.I. 2019. Psikhologicheskie manipulyatsii auditoriei na primere realiti-shou «Bitva ekstratsensov» [Psychological manipulation of the audience on the example of the reality show "Battle of Psychics"]. In: *Chelovek. Obshchestvo. Kul'tura. Sotsializatsiya [Man. Society. Culture. Socialization]*. Proceedings of the XV International Youth Scientific and Practical Conference (Ufa, April 18-19, 2019). Ed. V.L. Benin. Part 2. Ufa, Publ. Bashkirskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet im. M. Akmully: 264–269.
- Shtukkert M.L. 2020. Morphology of «the battle of psychics»: a mass series about the harmonization of chaos. In: *Tul'chinskii G.L., Tsvetkova O.L., Zagidullina M.V. i dr. Kul't-tovary. Massovaya kul'tura v sovremennoi Rossii: konstruirovaniye mirov, umnozheniye serii [Cult goods. Mass culture in modern Russia: construction of worlds, multiplication of series]*. Eds. M.P. Abasheva, I.L. Savkina, M.A. Chernyak. Grodno, Publ. Grodnenskii gosudarstvennyi universitet im. Yanki Kupaly: 330–341.
- Yung K.G. 2019. Arkhetipy i kollektivnoe bessoznatel'noe [Archetypes and the Collective Unconscious]. Translated from German. A. Chechina. Moscow, Publ. AST, 495 p. (Jung C.G. 1972. *Die Archetypen und das kollektive Unbewusste. Gesammelte Werke. Neunte Band. Walter*, 483 s.)



- Yakovleva E. Yu. 2000. Ezoterizm (sotsiokul'turnye aspekty) i ego otrazhenie na stranitsakh sovremennoi rossiiskoi pressy: po materialam zhurnalov «Nauka i religiya», «Volshebnyaya gora», «Uraniya» [Esotericism (sociocultural aspects) and its reflection on the pages of the modern Russian press: based on materials from the magazines “Science and Religion”, “Magic Mountain”, “Urania”]. Dis. ... Cand. Philol. Sciences. Moscow, 147 p.
- Chudy R. 2018. The Individual Aspect of Participation in TV Reality Show on the Example of a Music Talent Show – Case Study. *Social Communication*, 4(1): 77–87. DOI:[10.2478/sc-2018-0009](https://doi.org/10.2478/sc-2018-0009)
- Mast J. 2016. The Dark Side of «Reality TV»: Professional Ethics and the Treatment of «Reality»-Show Participants. *International Journal of Communication*, 10: 2179–2200.
- Thoma F., Patel N. 2020. To Study Audiences View About Reality Television Show: Empirical Study. *International Journal of Current Advanced Research*, 9(06A): 22412–22416. DOI: [10.24327/ijcar.2020.22416.4418](https://doi.org/10.24327/ijcar.2020.22416.4418)

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 13.11.2024

Поступила после рецензирования 10.02.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received November 13, 2024

Revised February 10, 2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Скатова Елена Олеговна**, аспирант, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград, Россия.

**Говорухина Юлия Анатольевна**, доктор филологических наук, профессор, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, г. Калининград, Россия.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Elena O. Skatova**, Postgraduate Student, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia.

**Yulia A. Govorukhina**, Doctor of Philology, Professor, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia.



УДК 371.687  
DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-60-75

## Реакция аудитории на использование дополненной реальности в контенте аудиовизуальных спортивных медиа

**Тимербулатов Т.И., Макеенко М.И.**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
Россия, 119991, г. Москва, Ленинские горы, д. 1  
[timurtim19@gmail.com](mailto:timurtim19@gmail.com); [makeenko.mikhail@smi.msu.ru](mailto:makeenko.mikhail@smi.msu.ru)

**Аннотация.** Появление новых технологий создания и распространения медиаконтента привело к изменениям в функционировании журналистики. Однако не все технологии, в том числе дополненной реальности (AR), оказывают значительные изменения в потреблении или воздействии медиа. Несмотря на большое количество исследований истории и особенностей развития AR-технологий, вопросы эффективности их применения в медиа, освещающих социально востребованные темы и события, изучены недостаточно. В связи с этим цель исследования – составить представление о реакциях аудитории при просмотре спортивных трансляций, в которых использованы AR-технологии. Был проведен опрос более ста жителей Москвы, Московской и Тверской областей, следящих за спортивными событиями. Результаты показали, что более чем в двух третях случаев AR-технологии воспринимались зрителем как средство, улучшающие восприятие информации, и развлекательный элемент, а в половине ситуаций – как средство более глубокого погружения в событие. Сделан вывод о том, что использование AR-технологий в медиаконтенте замечается аудиторией и влияет на рост интереса аудитории к спортивному видеоконтенту. Полученные результаты позволяют дополнить представления об эффективности использования новейших медиатехнологий.

**Ключевые слова:** новые медиатехнологии, медиапотребление, спортивные СМИ, журналистский аудиовизуальный контент, аудиовизуальный медиаконтент

**Для цитирования:** Тимербулатов Т.И., Макеенко М.И. 2025. Реакция аудитории на использование дополненной реальности в контенте аудиовизуальных спортивных медиа. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 60–75. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-60-75

---

## Audience's Attitude to the Use of AR in Sports Media Video Content

**Timur I. Timerbulatov, Mikhail I. Makeenko**

Moscow State University,  
1 Leninskie gory, Moscow 119991, Russia  
[timurtim19@gmail.com](mailto:timurtim19@gmail.com); [makeenko.mikhail@smi.msu.ru](mailto:makeenko.mikhail@smi.msu.ru)

**Abstract.** The advent of novel technologies for the creation and dissemination of media content has precipitated a paradigm shift in the modus operandi of journalism. However, not all technologies, inclusive of augmented reality (AR), have engendered substantial alterations in media consumption or impact. Notwithstanding the plethora of studies on the history and peculiarities of AR technology development, the issues of their effectiveness in media coverage of socially demanded topics and events remain under-explored. To address this gap, the present study aims to understand audience reactions to sports broadcasts incorporating AR technologies. A survey was conducted among over one hundred residents of Moscow and the Moscow and Tver regions who follow sports events. The survey results indicated that in over two-thirds of cases, respondents perceived AR-technologies as enhancing the perception of information and entertainment, with one-half of respondents reporting that it facilitates deeper immersion in the event. The

study findings suggest that the integration of AR-technologies in media content is acknowledged by the audience and positively impacts their interest in sports video content. These findings contribute to a more comprehensive understanding of the efficacy of contemporary media technologies.

**Keywords:** new media technologies, media consumption, sports media, journalistic audio-visual content, audio-visual media content

**For citation:** Timerbulatov T.I., Makeenko M.I. 2025. Audience's Attitude to the Use of AR in Sports Media Video Content. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 60–75 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-60-75

## Введение

Количество новых технологий и масштабы их использования постоянно и все более интенсивно растут. В 2000–2020 годы большая часть исследований медиапотребления [Вьюгина, 2018], профессиональных медиакультур [Аникина, 2019; Жаровский, 2021] и медиапрактик [Вырковский и др., 2017; Kolesnichenko et al., 2018], жанров и форматов [Вырковский и др., 2017; Колесниченко и др., 2017; Колесниченко, 2023; Крашенинникова, Зацепилина, 2019] медиаконтента и т. д. были ориентированы на анализ и оценку влияния на все эти сферы новейших технологических решений. Распространение интернета оказало колоссальное влияние на медиа, ориентированные на журналистский и актуально-событийный контент [Saltzis, Dickinson, 2008]. Появление социальных платформ привело к тектоническим сдвигам во всех сферах функционирования журналистики и новостных медиа [Veber, Kosterich, 2018; Broersma, Eldridge, 2019]. Однако на уровне более точечных технологических изменений мы можем видеть, что некоторые технологии не оказывают ожидавшихся специалистами революционных изменений в работе, потреблении или воздействии медиа. Например, широко обсуждающаяся роботизированная журналистика сегодня очевидно присутствует в профессиональной и индустриальной сферах, но область того, что могут делать алгоритмы (писать короткие новости о спорте, трафике, погоде, реже – бизнес- и экономической статистике), практически не расширялась с начала 2010-х годов до 2023 года [Замков и др., 2020] – до начала массовой адаптации общедоступных чат-ботов на основе нейросетей. Имевшиеся технологические решения повышали эффективность рутинных процессов и были экономически выгодны, но их воздействие на журналистику оставалось заметно меньше, чем ожидалось [Крашенинникова, Барабанова, 2022].

Схожим образом можно оценить и уровень влияния на журналистику и ориентированные на неё медиа и таких находящихся на слуху технологий, как виртуальная (*virtual reality – VR*) и дополненная (*augmented reality – AR*) реальность. Очевидно, что о них очень много говорят, их используют при производстве контента [Шаронин, Лебедева, 2020], в том числе журналистского [Красавина, Ржендинская, 2022], однако масштаб и активность этого использования остаются пока невысокими. Как показал опрос американских руководителей онлайн-медиа, технологии дополненной реальности очень мало интересуют производителей журналистского контента<sup>1</sup>. В первую очередь потому, что за пять лет (со времени проведения предыдущего исследования) они так и не смогли придумать, как их использовать, чтобы от них была отдача на уровне интереса аудитории или экономической целесообразности. При этом имеющиеся сложности не отменяют значимости рассматриваемой нами проблемы, а скорее усиливают её. Все новейшие

<sup>1</sup> Lu L., Wolf K. 2022. Digiday+ Research: Beyond the hype: how publishers are actually using AR and VR. Digiday, July 28, 2022. URL: <https://digiday.com/media/digiday-research-how-publishers-are-actually-using-ar-and-vr/> (accessed: November 13, 2023)



технологии продолжают пропагандироваться разработчиками, маркетологами и медиаконсультантами. Очевидно, что они и дальше будут испытываться и внедряться в редакциях и продакшенах [Рукояткина, Садикова, 2019], им будут пытаться найти место в сложных процессах производства, упаковки и продвижения [Бирюков и др., 2020] контента. Сегодня именно технологии, включая различные «реальности», определяют эффективность функционирования журналистики.

Значительной исследовательской проблемой можно считать то, что существенная часть новых технологий, особенно в российском академическом контексте, продолжают рассматриваться в рамках «описательного или констатирующего» дискурса, фиксирующего их наличие и использование, но оставляющего в стороне вопросы, связанные, например, с проблемами внедрения, практиками интеграции в профессиональные реалии или их воздействием на аудиторию. Так, несмотря на то, что технология дополненной реальности появилась не так давно, её история, особенности и этапы развития исследовались достаточно подробно. Базовыми для изучения этапов развития и особенностей технологии дополненной реальности являются в основном работы зарубежных авторов: статьи Р. Азумы [Azuma, 1997], посвященные обзору технологии дополненной реальности; исследования П. Милгрэма и Ф. Кишино о возможностях и особенностях технологии дополненной реальности [Milgram, Kishino, 1994]; исследование Х. Мортонна о том, как человек переключает свое внимание в любой ситуации с помощью технологий виртуальной и дополненной реальности; механизм Е. Сазерленда [Sutherland, 1965], который стал первым прототипом данной технологии; метод Д. Рекимото и Ю. Аяцука, который был похож на современные QR-коды [Rekimoto, Ayatsuka, 2000]. Среди отечественных исследований данной технологии можно выделить статью А. Замкова [Замков и др., 2017], в котором он дал определение данной технологии, и работу М. Крашенинниковой и Ю. Зацепиной [Крашенинникова, Зацепина, 2019], в которой они привели примеры использования дополненной реальности в зарубежных онлайн-СМИ. Непосредственно с нашей проблемой пересекаются исследования использования дополненной реальности в медиапроизводстве [Woolard et al., 2003] и в интерактивном маркетинге [Напалкова, Никулина, 2019].

В целом ознакомление с имеющимся корпусом научной литературы о влиянии технологии дополненной реальности позволяет обратить внимание на то, что к настоящему моменту в нем были ограниченно представлены работы, в которых анализировались реакции аудитории на использование AR в медиатекстах, что важно для понимания актуальности и эффективности его применения в медиа, направленных на освещение социально востребованных тем и событий.

Цель исследования – выявление реакций зрителей/пользователей на использование технологий дополненной реальности в видеоконтенте.

Мы обратились к выявлению вариантов и направлений использования технологий дополненной реальности в видеоконтенте российских аудиовизуальных спортивных медиа, а также базовых характеристик воздействия этого использования на целевую аудиторию. Именно спортивный видеоконтент представляет собой одну из площадок с наибольшим потенциалом для реализации различных возможностей использования AR<sup>1</sup>, который способен усиливать детализацию показа спортивных соревнований и связанных с ними мероприятий и процессов<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Примеры использования дополненной реальности (AR) в спорте. URL: <https://www.immersiv.io/blog/ar-digital-experiences-sports/> (дата обращения: 13.11.2023)

<sup>2</sup> Ways in which Augmented Reality is transforming sports. 2022. Evergine, November 30, 2022. Available at: <https://evergine.com/augmented-reality-sports/> (accessed: November 15, 2023).

## Материалы и методы исследования

Для сбора данных мы выбрали пользователей медиа спортивной тематики, так как создатели спортивного медиапродукта активнее представителей многих других тематических сфер экспериментируют с дополненной реальностью. При формировании эмпирической базы исследования в феврале – марте 2022 года был проведен опрос 108 респондентов, проживающих в Москве, Московской и Тверской областях. Респондентами стали спортсмены-любители, что, как мы предполагали, должно было дать нам аудиторию с большим потенциальным интересом к спортивному контенту и возможностями взаимодействия с дополненной реальностью в этом контенте.

Анкета состояла из 12 вопросов, при этом после третьего вопроса («Сталкивались ли Вы с какими-либо формами использования AR при просмотре спортивного контента?») происходило отсеивание респондентов, давших отрицательный ответ. На вопросы 4–12 ответили 96 респондентов.

Анкету заполняли респондентами в *Google Forms*, однако интервьюер присутствовал при заполнении всех анкет (общение происходило по видеосвязи в рамках сеансов в *Skype* или *Zoom*), для того чтобы удостовериться в корректном понимании респондентами используемых терминов и смысла вопросов и исключить автоматические или неотрефлексированные ответы.

Вопросы анкеты были закрытыми, возможность ответа на вопросы в открытом формате предполагалась только в случаях выбора варианта «другое/да, другое (уточнить)». Почти во всех случаях у респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответа.

Для получения дополнительной информации после заполнения анкет у 13 респондентов (далее – Респонденты 1–13) были собраны комментарии к ответам, которые приводятся в тексте в формате цитат.

## Результаты и их обсуждение

По итогам нашего общения можно заключить, что 86 респондентов можно отнести к тем, кто интересуется спортивным контентом, а 22 – к тем, кто к нему равнодушен.

Полученную нами при общении с респондентами информацию можно представить, разделив её на несколько блоков.

**Наиболее часто используемые форматы и активность потребления спортивного аудиовизуального контента.** Вопросы первого раздела, в котором можно было выбрать несколько вариантов ответа, касались форматов потребления спортивного аудиовизуального контента.

Респонденты одинаково активно с ним сталкиваются и на телевидении, и в интернете. Стоит отметить, что люди до сих пор заинтересованы в просмотре прямых трансляций спортивных событий (табл. 1), однако самым популярным форматом стали хайлайты / профессиональные нарезки – многие люди не готовы тратить значительный объем времени на просмотр длинных форм контента, предпочитая более клиповый подход и к освещению спортивных соревнований.

При ответе на второй вопрос респондентам предоставлялось право выбрать один вариант. Напомним, что респонденты были спортсменами-любителями. В связи с этим ожидалось, что респонденты активно потребляют спортивный контент и, соответственно, будут выбирать вариант ответа «смотрю регулярно трансляции игр / соревнований по определенным видам спорта». И наши ожидания оправдались (табл. 2).

В целом подавляющее большинство респондентов не только регулярно обращается к спортивному видеоконтенту, но и сталкивается с теми или иными формами использования в нем элементов дополненной реальности.



Таблица 1

Форматы и жанры спортивного аудиовизуального контента: предпочтения респондентов (n = 108)  
 Formats and genres of sports audiovisual content: preferences of respondents (n = 108)

Форматы, жанры	Ответы респондентов, абс.(%)
хайлайты / нарезки профессиональные	77 (71%)
прямые трансляции спортивных соревнований / игр по телевидению	75 (69%)
прямые трансляции спортивных соревнований / игр в интернете (компьютер / ноутбук / мобильные устройства)	73 (67%)
аналитические / обзорные программы на интернет-платформах	65 (60%)
познавательные / просветительские программы	53 (49%)
аналитические / обзорные программы по телевидению	52 (48%)
расширенные обзоры туров / соревновательного дня и т.п.	52 (48%)
документальные фильмы	51 (47%)
хайлайты / нарезки любительские	49 (45%)
записи трансляций спортивных соревнований / игр в интернете (компьютер / ноутбук / мобильные устройства)	43 (39%)
записи трансляций спортивных соревнований / игр по телевидению	31 (28%)
не смотрю / никакие	5 (4%)
другое: контент в социальных сетях спортивных команд	1 (1%)
другое: футбольные видео в ТикТоке	1 (1%)

Таблица 2

Активность потребления респондентами аудиовизуального спортивного контента (n = 108)  
 Activity of respondents' consumption of audiovisual sports content (n = 108)

Варианты ответов	Ответы респондентов, абс.(%)
смотрю регулярно трансляции игр / соревнований по определенным видам спорта	43 (41 %)
смотрю только трансляции крупнейших событий в определенных видах спорта (чемпионаты мира и т.п.)	21 (20 %)
смотрю дополнительный спортивный контент в преддверии / во время крупных спортивных событий – обзоры / хайлайты / познавательные программы / документалистику	13 (12 %)
смотрю регулярно дополнительный спортивный контент – обзоры / хайлайты / познавательные программы / документалистику	10 (10 %)
смотрю только трансляции во время Олимпийских игр	6 (6 %)
смотрю околоспортивный контент – любительские ролики, стримы спортсменов и т. п.	6 (6 %)
другое: смотрю почти все топовые футбольные трансляции и много связанного контента по ТВ	1 (1 %)
другое: смотрю, когда попадает на глаза что-то интересное в баскетболе или теннисе	1 (1 %)
другое: смотрю трансляции во время Олимпиады и дополнительный спортивный контент одновременно	1 (1 %)
другое: регулярно смотрю и трансляции игр/соревнований по определенным видам спорта, и дополнительный спортивный контент	1 (1 %)

**Знакомство аудитории с основными формами использования AR в спортивном видеоконтенте.** Перед тем как респонденты ответили на следующие вопросы, им было дано определение дополненной реальности. Это позволило нам избежать некорректных трактовок этого явления участниками опроса и быть уверенными в том, что они четко понимают, о каком именно опыте идёт речь.

*Дополненная реальность (Augmented reality, AR) – технология наложения на изображение реального окружающего мира виртуальных элементов в виде текста, компьютерной графики, аудио и других представлений информации/образов в режиме реального времени. В нашем случае виртуальные элементы накладываются на изображение в спортивном видеоконтенте.*

В случае если респондент выбирал отрицательный ответ, то опрос на этом для респондента заканчивался, если респондент давал положительный ответ (рис. 1), то переходил к следующему разделу опроса.

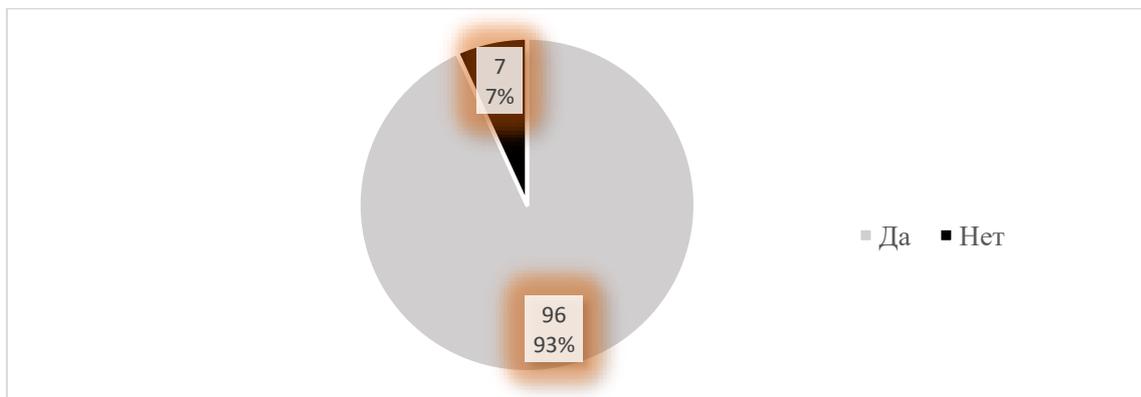


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Сталкивались ли с какими-либо формами использования AR при просмотре спортивного контента?» (n = 103)

Fig. 1. Answers of respondents to the question “Have you encountered any forms of AR use when watching sports content?” (n = 103)

Подавляющее большинство положительных ответов подтверждает высказанную нами в начале статьи мысль о том, что AR стал уже практически обязательным элементом большей части основных видов спортивного видеоконтента. Дополнительная детализация информации подкрепила это предположение ещё сильнее – AR зрители довольно часто встречали во всех основных видах (табл. 3).

Таблица 3  
Table 3

Ответы респондентов на вопрос «Если сталкивались [с использованием AR], то уточните, в каком виде контента?» (n = 96)  
 Respondents' answers to the question “If you have encountered [the use of AR], please specify in what type of content?” (n = 96)

Варианты ответов	Ответы респондентов, абс. (%)
трансляции спортивных соревнований / игр	85 (89%)
аналитические / обзорные программы	71 (74%)
анонсы	50 (52%)
познавательные / просветительские программы	50 (52%)
документальные фильмы	19 (20%)
другое: Reels в Инстаграме и видео в ТикТоке	2 (2%)



При этом разнообразие форматов использования технологий дополненной реальности оказалось также весьма высоким, а частота наблюдений их зрителями – даже выше наших ожиданий: все предложенные нами варианты ответов набрали больше пятидесяти процентов (табл. 4).

Таблица 4  
Table 4

Ответы респондентов на вопрос  
 «Какой был формат использования AR в просмотренном контенте?» (n = 96)  
 Respondents' answers to the question “What was the format of AR use in the content viewed?” (n = 96)

Варианты ответов	Ответы респондентов, абс. (%)
представление игроков / участников соревнований (двигаются, улыбаются и т.п.)	81 (84%)
графика во время трансляции (положение вне игры, расстояние до цели, определение места попадания снаряда, полет снаряда и т.п.)	81 (84%)
графика во время анализа / обзора	71 (74%)
графика в познавательных / просветительских программах или документальных фильмах (параллельно бегущие спортсмены из разных эпох, движения условного оппонента и т.п.)	55 (57%)
графика в развлекательных целях (спецэффекты, совмещение «картинок» из разных студий и т.д.)	55 (57%)

Однако нас больше интересует не сам факт взаимодействия зрителей с дополненной реальностью, а хотя бы наиболее простые варианты оценки результативности этого взаимодействия. Если зрители ощущают и признают полезность или хотя бы действенность инструментов, используемых медиакомпаниями, то можно будет говорить, что работа с AR в медиа вышла за пределы простых экспериментов.

**Восприятие зрителями дополнительной ценности, полученной при взаимодействии с технологиями AR, использованными в спортивном видеоконтенте.**  
 В рамках данного раздела будут рассмотрены оценки респондентами их опыта наблюдения дополненной реальности в контенте разных видов. Так, первый блок ответов (табл. 5) был составлен из реакций зрителей, выбравших на предшествующем этапе вариант «трансляции спортивных соревнований/игр».

Таблица 5  
Table 5

Ответы респондентов на вопрос «Получили ли, на Ваш взгляд, благодаря использованию AR трансляции спортивных соревнований/игр дополнительную ценность для Вас?» (n = 85)  
 Answers of respondents to the question “Did the use of AR, broadcasting of sports competitions / games, in your opinion, provide additional value for you?” (n = 85)

Варианты ответов	Ответы респондентов, абс. (%)
да, интересное взаимодействие с контентом (развлечение)	69 (81%)
да, лучше воспринимается информация	56 (66%)
да, ощутил погружение в событие/контент	43 (51%)
нет, никакого влияния не ощутил	4 (5%)

Мы видим, что большинство респондентов не только признает определенное воздействие, но и выбирает сразу несколько его вариантов. В рамках дополнительных комментариев зрители обращали внимание на наиболее, на их взгляд, важные детали, в которых проявляется воздействие AR.

*«Лучше воспринимается информация, например, когда на футбольном матче состав – это не просто список игроков, а когда они появляются, показывается их фотография и они занимают определённую позицию в игровой схеме» (Респондент 1).*

*«Мне легче воспринимать зрительную информацию, нежели звуковую, особенно когда внимание сильно зафиксировано на игре» (Респондент 7).*

*«Информация лучше воспринимается. Если бы просто во время трансляции футбольного матча называли ФИ, было бы не так интересно и не так хорошо воспринималась бы информация. К примеру, выходит на поле молодой малоизвестный футболист, благодаря AR можно узнать, как он выглядит, на какой позиции он играет» (Респондент 8).*

В основном респонденты отмечали, что дополненная реальность в виде линий или графики позволяла лучше понять различные эпизоды спортивной игры или быстро вникнуть в происходящее, если не удалось начать просмотр с самого начала игры.

*«Из полезного — это проекция частей тела на линию офсайда и проекция мяча на линию ворот. Если про линию офсайда, то это дает чувство правосудия, уверенности что судья не "начудил" и принял верное решение. А интерес, когда показывают 3d-модельки футболистов или киберспортсменов, когда идет представление команд на каком-то фоне. Это просто красиво выглядит, легче игроков кому-то узнавать (хотя я почти всех знаю, но не в лицо)» (Респондент 2).*

*«В теннисе удобно анализировать процент попадания первых подач в первый или второй квадраты. Также на графике показывают нам во время матча количество выигранных мячей в той или иной части корта, что помогает анализировать лучше игру и понимать шансы соперников на победу» (Респондент 3).*

*«Позволяет насытить контентом даже не самое зрелищное спортивное противостояние» (Респондент 7).*

*«Надеюсь, киберспорт тоже спорт. Тогда про "интереснее взаимодействовать с контентом": при проведении больших турниров, например, The International по Dota 2, во время достаточно скучной стадии выбора героев командами, на площадке между кабинками, в которых сидят спортсмены, появляются, как будто живые, выбранные герои» (Респондент 10).*

Респонденты, выбравшие второй вариант ответа, указывали, что, например, в трансляциях киберспортивных мероприятий AR за счет различной графики делает интересной даже достаточно скучную игру, дополняя происходящее различной статистикой или информацией о спортсмене или персонаже.

*«Главная ценность для меня – погружение в событие, например, когда показывают некоторую комбинацию с камеры-наука, рисуя линиями возможные пути развития атаки, что дает более глубокое понимание происходящего» (Респондент 6).*

*«Ощутил погружение в событие, когда с помощью графики вычерчивают линии офсайда, то это очень интригует, смотришь повтор, сам анализируешь, ждешь решения судьи. Еще в момент игры показывают с помощью графики процентное соотношение атак, то есть, с какого фланга больше атакуют или может больше атакуют через центр» (Респондент 9).*

*«Про трансляции можно сказать о самом контенте, например, что благодаря тому, как подается контент в виде дополненной реальности, я не замечаю, как погружаюсь в статистику, но при этом продолжаю смотреть футбольный матч» (Респондент 10).*

Респонденты, выбравшие третий вариант ответа, отмечают, что они могут погрузиться одновременно и в саму игру, и успевать следить за статистикой и различной



информацией, которая высвечивается на экране с помощью дополненной реальности. Стоит отметить, что респонденты не говорили о том, что статистика и различного рода информация, появляющаяся в виде дополненной реальности, мешает просмотру.

Следующий блок ответов (табл. 6) был собран у тех респондентов, кто знаком с использованием дополненной реальности в «аналитических/обзорных программах».

Таблица 6  
 Table 6

Ответы респондентов на вопрос «Получили ли, на Ваш взгляд, благодаря использованию AR аналитические/обзорные программы дополнительную ценность для Вас?» (n = 72)  
 Answers of respondents to the question “In your opinion, have analytical/review programs gained additional value for you due to the use of AR?” (n = 72)

Варианты ответов	Ответы респондентов, абс. (%)
да, лучше воспринимается информация	65 (92%)
да, интересное взаимодействие с контентом (развлечение)	52 (73%)
да, ощутил погружение в событие/контент	29 (41%)
нет, никакого влияния не ощутил	1 (1%)

В этом виде контента для респондентов очевиднее значение AR для лучшего восприятия информации.

*«После игр футбольные эксперты в студии анализируют футбольные матчи, берут конкретные эпизоды и показывает, как тот или иной игрок открывался под пас, навес или удар при контратаках или угловых, также анализируют и выделяя своим электронным маркером защитников, которые допускали ошибки при пропущенных мячах. Это очень полезно для молодых футболистов, которые смотрят эти разборы и тем самым улучшают свое мышление на поле» (Респондент 3.)*

*«Лучше воспринимается информация и ощутил погружение в контент. Да, когда эксперты чертят линии на планшете, где игрок должен находиться и все это видно зрителю, за этим интересно наблюдать и анализировать. Это лучше, чем воспринимать информацию на слух» (Респондент 9).*

*«В аналитических и обзорных программах дополненная реальность помогает гораздо лучше разобраться в том, о чем говорят эксперты. На слух очень сложно воспринимать, например, аналитический разбор сыгранного матча, а технологии AR гораздо нагляднее показывают перемещения игроков, используемые тренерами схемы, тепловые карты активности того или иного игрока» (Респондент 12).*

Так как большая часть респондентов является спортсменами или интересуется спортивными новостями, то в качестве примера приводились аналитические программы, которые выходят после спортивного события с разбором его эпизодов.

Большинство респондентов отметили, что технология дополненной реальности помогает лучше и нагляднее понять эксперта аналитической программы благодаря тому, что эксперт может не только словами описать эпизод, то есть указать на ошибки или удачные действия в матче, но и показать это зрителям с помощью технологии дополненной реальности. При этом и усиление реализации развлекательных функций контента с помощью AR отметили почти три четверти ответивших.

*«Интересно, когда перед матчами сравнивают статистические показатели или в студии появляется эксперт или спортсмен в виде 3d-графики и в прямом эфире отвечает на вопросы» (Респондент 9).*

*«Мне кажется, такой контент гораздо интереснее для простого зрителя, у которого появляется возможность почувствовать себя более включённым в анализ спортивного события, то есть примерить на себя таким образом практически роль тренера» (Респондент 12).*

Многие респонденты отметили, что им нравится видеть анализ эпизода спортивного события в различных формах и таким образом взаимодействовать с ним.

*«Я получаю полное погружение в тему, когда в аналитических спортивных обзорах используется дополненная реальность. Например, только вчера я видел, как один из футбольных экспертов наглядно показывал с помощью графики перемещение игроков в обороне. Вокруг линии обороны был выстроен прямоугольник, который двигался в кадре совместно с игроками» (Респондент 13).*

Среди тех, кто знаком с вариантами использования AR в анонсах (табл. 7), оценки его значения для усиления развлекательного и информационного потенциала контента почти идентичны.

Таблица 7  
Table 7

Ответы респондентов на вопрос «Получили ли, на Ваш взгляд, благодаря использованию AR анонсы дополнительную ценность для Вас?» (n = 50)

Answers of respondents to the question “In your opinion, have announcements gained additional value for you due to the use of AR?” (n = 50)

Варианты ответов	Ответы респондентов, абс. (%)
да, интересное взаимодействие с контентом (развлечение)	40 (80%)
да, лучше воспринимается информация	39 (78%)
да, ощутил погружение в событие/контент	23 (46%)
нет, никакого влияния не ощутил	0 (0%)

Подобное отношение просматривается не только в обобщенных ответах, но и в комментариях.

*«Лучше воспринимается информация. Когда в студии «Матч ТВ» появлялись флаги различных сборных, которые собираются играть в ближайшее время, мне проще визуально воспринимать информацию. Тем более, когда она так красиво подается. При этом, когда во время Чемпионата Европы около студии Матч ТВ появлялся робот, было забавно наблюдать, как по улице шагает огромный робот и при этом его никто не замечает. Детей, наверное, это тоже развлекало» (Респондент 9).*

*«В развлекательном плане очень интересно наблюдать, какие графические характеристики придаются спортсменам в анонсах спортивных матчей по ТВ. Например, кому-то дорисовывают огненные кулаки, кому-то каменную кожу, это вызывает прямые ассоциации с преимуществами тех или иных спортсменов» (Респондент 7).*

В познавательных программах и документалистике о спорте AR используется уже более 10 лет. И хотя, как мы видели, этот контент востребован более узкой аудиторией и с AR в нем сталкивалось небольшое число респондентов, взаимодействие с ним также проявляется в более явных реакциях на информационную и развлекательную составляющие контента (табл. 8 и 9).



Таблица 8  
 Table 8

Ответы респондентов на вопрос «Получили ли, на Ваш взгляд, благодаря использованию AR познавательные/просветительские программы дополнительную ценность для Вас?» (n = 26)  
 Answers of respondents to the question “In your opinion, did the use of AR add value to the cognitive/outreach programs for you?” (n = 26)

Варианты ответов	Ответы респондентов, абс. (%)
да, лучше воспринимается информация	22 (85%)
да, интересное взаимодействие с контентом (развлечение)	18 (69%)
да, ощутил погружение в событие / контент	14 (54%)
нет, никакого влияния не ощутил	0 (0%)

Таблица 9  
 Table 9

Ответы респондентов на вопрос «Получили ли, на Ваш взгляд, благодаря использованию AR документальные фильмы дополнительную ценность для Вас?» (n = 17)  
 Answers of respondents to the question “In your opinion, have documentaries gained additional value for you due to the use of AR?” (n = 17)

Варианты ответов	Ответы респондентов, абс. (%)
да, лучше воспринимается информация	17 (100%)
да, ощутил погружение в событие / контент	15 (88%)
да, интересное взаимодействие с контентом (развлечение)	11 (65%)
позволяет удерживать внимание, может способствовать более точной реконструкции событий и дать более полноценную информацию	1 (6%)
нет, никакого влияния не ощутил	0 (0%)

Все три варианта ответов, в которых указывалось, что технология дополненной реальности придает познавательным программам и документальным фильмам дополнительную ценность, набрали больше 50 процентов. Улучшение информационного функционала было для респондентов особенно очевидно.

*«Позволяет удерживать внимание, может способствовать более точной реконструкции событий и дать более полноценную информацию, т. е. ощущается увеличение объема получаемой информации» (Респондент 4).*

*«Нравятся документальные и познавательные фильмы про спортивные травмы, как их избежать. С помощью дополненной реальности показывают очень наглядные примеры, как спортсмены получают травмы, как работают мышцы тела в этот момент и что нужно сделать, чтобы избежать такого рода травм» (Респондент 3).*

Респонденты отметили, что контент, доносимый до них с помощью технологий дополненной реальности, помогает лучше запомнить информацию и легко вспомнить в будущем.

*«Например, схематичный разбор удара Роналду во время штрафных – максимально детально объясняется, описывается позиция опорной ноги, точки соприкосновения мяча с ударной ногой, физика полёта мяча» (Респондент 7).*

Среди тех, кто выбрал вариант ответа «интересное взаимодействие с контентом» многие отмечали впечатляющую графику и схемы, которые были созданы благодаря технологии дополненной реальности. В качестве примера респонденты указывали на документальные фильмы про анатомию и поэтому довольно часто говорили о том, что с помощью данной технологии схематично и подробно показываются различные мышцы и органы.

Около половины опрошенных респондентов ощутили погружение в событие. Они отметили, что с помощью технологии дополненной реальности показывают очень реалистичные объекты и это вызывает интерес к просмотру, удается погрузиться в сюжет и проблематику документального фильма.

Как мы видим, разбирая опыт своего взаимодействия с контентом, обогащенным возможностями AR, зрители подчеркивали положительное влияние использования новейших технологических решений на усваиваемость информации и развлекательную составляющую. Однако важно также понимать, работает ли AR как дополнительный маркетинговый инструмент, позволяет ли его использование стимулировать интерес – непосредственно к спортивному контенту или к площадкам, на которых он размещается.

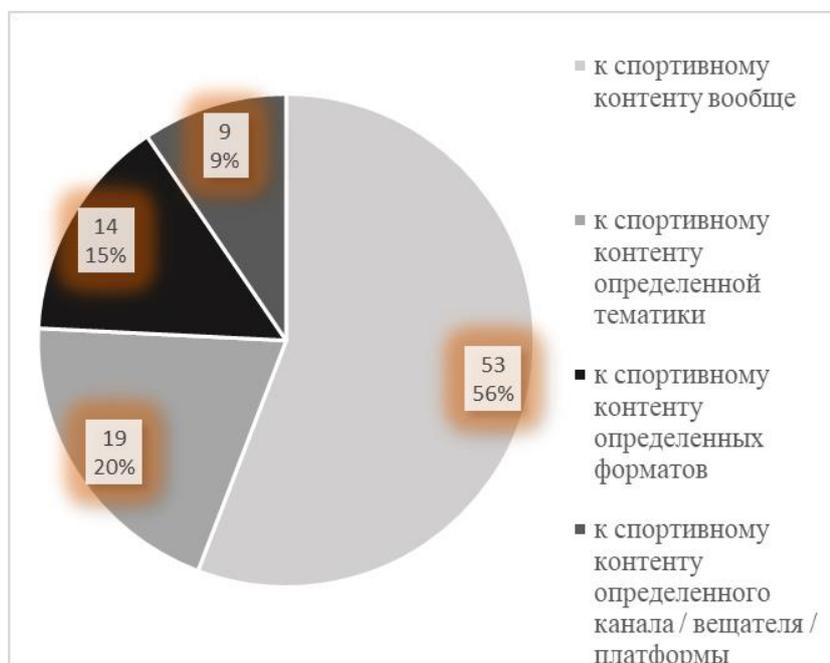


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Стимулировало ли, на Ваш взгляд, использование AR дополнительный интерес?» (n = 96)

Fig. 2. Respondents' answers to the question "Did the use of AR stimulate additional interest in your opinion?" (n = 96)

Ответы на соответствующий вопрос (см. рис. 2) анкеты показали, что наибольшее влияние приходится именно на развитие интереса к спортивным программам.

В целом анализ самоощущений зрителей после взаимодействия с контентом, при создании которого использовались технологии AR, показал, что результативность его использования может быть достаточно высокой по большинству направлений – при усваивании информации, погружении в события, формировании интереса к спортивному контенту вообще. При этом среди уточняющих комментариев встречаются и такие, которые, возможно, пока могут охарактеризовать универсальное отношение к столкновению рядового зрителя с новыми технологическими достижениями в сфере дополненной реальности: «Скорее всего, AR в анонсах больше всего вызывает приятное удивление от развития технологий» (Респондент б).

## Заключение

Среди наиболее часто используемых форматов потребления спортивного медиаконтента частью российской аудитории, преимущественно занимающейся спортом на любительском уровне и интересующейся профессиональным спортом, сопоставимы по частоте как трансляции спортивных мероприятий телевидением, так и онлайн-трансляции соревнований и игр, а также аналитика онлайн. Это позволяет предполагать, что современные подходы к спортивному медиапотреблению, которые объединяют цифровое телевидение и интернет-платформы, создают потенциально благоприятную технологическую среду для использования цифровых технологий дополненной реальности в спортивных аудиовизуальных медиа.

Подавляющее большинство зрителей спортивного видеоконтента уже имеют опыт взаимодействия с дополненной реальностью, преимущественно в самых распространенных форматах контента – трансляциях и аналитических программах. При этом доминируют её простейшие формы (графика, определяющая дистанцию или положение вне игры) и развлекательные форматы, вроде представления игроков в виде движущихся и улыбающихся фигурок или интеграции образов в дизайн и происходящее в студии.

Большинство зрителей признает появление благодаря использованию AR дополнительной ценности просматриваемого контента, что, вероятно, можно считать фактором, придающим этому явлению смысл. При этом для трансляций и анонсов ценность в большей степени проявляется в дополнительном развлекательном компоненте, а для аналитики и просветительских программ – в том, что лучше воспринимается информация.

На уровне маркетинговой результативности пока очевидно, что AR-технологии в гораздо большей степени влияют на рост интереса аудитории к спортивному видеоконтенту в целом, чем на повышение интереса к контенту определенного канала или ресурса, который использование AR инициирует и реализует.

## Список литературы

- Аникина М.Е. 2019. Институциональные роли российского журналиста в начале XXI века. *Медиаскоп*, 4. DOI: [10.30547/mediascope.4.2019.7](https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2019.7)
- Бирюков В.А., Дмитриева О.В., Ливсон М.В. 2020. Технологии виртуальной и дополненной реальности как инструмент привлечения аудитории средств массовой информации. *Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела*, 2: 52–58.
- Вырковский А.В., Галкина М.Ю., Колесниченко А.В., Образцова А.Ю., Варганов С.А. 2017. Мультимедийные элементы в современном медиатексте. *Медиаскоп*, 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2364> (дата обращения: 13.11.2023)
- Вьюгина Д.М. 2018. Интернет в ежедневном медиапотреблении цифрового поколения России. *Медиаскоп*, 3. DOI: [10.30547/mediascope.3.2018.11](https://doi.org/10.30547/mediascope.3.2018.11)
- Жаровский Е.Р. 2021. Журналистская работа в СМИ Крымского полуострова: опыт эмпирического исследования. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*, 2: 113–135. DOI: [10.30547/vestnik.journ.2.2021.113135](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2021.113135)
- Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М., Цынарева Н.А. 2017. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования. *Современные информационные технологии и ИТ-образование*, 13(1): 166–167.
- Замков А.В., Крашенинникова М.А., Лукина М.М. 2020. Трудовая деятельность журналиста: люди или роботы. *Вопросы теории и практики журналистики*, 9(1(30)): 46–64. DOI: [10.17150/2308-6203.2020.9\(1\).46-64](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(1).46-64)
- Колесниченко А.В. 2023. Мультимедийные жанры в современных российских СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*, 2: 3–22. DOI: [10.30547/vestnik.journ.2.2023.322](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2023.322)
- Колесниченко А.В., Вырковский А.В., Галкина М.Ю., Образцова А.Ю., Варганов С.А. 2017. Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации,

- жанры медиатекстов, редакционная культура. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 5: 51–71.
- Красавина А.В., Ржендинская И.А. 2022. Особенности применения технологий дополненной реальности (ar) в журналистике: ограничения формата и перспективы развития. *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки*, 22(4): 106–116. DOI: [10.14529/ssh220413](https://doi.org/10.14529/ssh220413)
- Крашенинникова М.А., Барабанова А.А. 2022. Автоматизированный текст в современной российской медиапрактике: критерии оценки качества. *Меди@льманах*, 5(112): 56–62. DOI: [10.30547/mediaalmanah.5.2022.5662](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2022.5662)
- Крашенинникова М.А., Зацепилина Ю.А. 2019. Игровые форматы в современных зарубежных онлайн-СМИ. *Медиаскоп*, 4. DOI: [10.30547/mediascope.4.2019.4](https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2019.4)
- Напалкова А.А., Никулина Т.А. 2019. Применение технологий дополненной и виртуальной реальности для привлечения потребителей к взаимодействию с брендами. *Практический маркетинг*, 4(266): 3–13.
- Рукояткина Д.Л., Садилова С.В. 2019. Основные тенденции в развитии AR/VR-технологий и как они изменяют индустрию развлечений. В кн.: Социальные коммуникации: наука, образование, профессия. Труды Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Санкт-Петербург, 09-12 апреля 2019 г.). Вып. 19. Под ред. Л.В. Шарахиной, Л.В. Азаровой, М.Е. Кудрявцевой. Санкт-Петербург, Изд-во Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина): 78–83.
- Шаронин П.Н., Лебедева Т.А. 2020. Анализ инструментов дополненной реальности в современных медиапроектах. *Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела*, 4: 68–72.
- Azuma R.T. 1997. A Survey of Augmented Reality. *Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4): 355–385. DOI: [10.1162/pres.1997.6.4.355](https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355)
- Broersma M., Eldridge S. 2019. Journalism and Social Media: Redistribution of Power? *Media and Communication*, 7(1): 193. DOI: [10.17645/mac.v7i1.2048](https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.2048)
- Kolesnichenko A., Vyrkovsky A., Galkina M., Vartanov S., Obratsova A. 2018. Transformation of newsroom work in the digital era. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 1: 7–22. DOI: [10.30547/worldofmedia.1.2018.1](https://doi.org/10.30547/worldofmedia.1.2018.1)
- Milgram P., Kishino A.F. 1994. A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE operations with information and systems*, 12(12): 1321–1329.
- Rekimoto D., Ayatsuka Y. 2000. CyberCode: Designing augmented reality environments with the help of visual tags. In: *DARE '00: Proceedings of DARE 2000 on Designing augmented reality environments*. Association for Computing Machinery New NY United States: 1–10. DOI: [10.1145/354666.354667](https://doi.org/10.1145/354666.354667)
- Saltzis K., Dickinson R. 2008. Inside the changing newsroom: journalists' responses to media convergence. *Aslib Proceedings*, 60(3): 216–228. DOI: [10.1108/00012530810879097](https://doi.org/10.1108/00012530810879097)
- Sutherland I.E. 1965. The Ultimate Display. In: *Proceedings of the IFIPS Congress (New York, May 24–29, 1965)*. Vol. 2: 506–508.
- Veber M.S., Kosterich E. 2018. Coding News: The role of computer code in filtering and distributing news. *Digital Journalism*, 6(3): 310–329. DOI: [10.1080/21670811.2017.1366865](https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1366865)
- Woolard A., Lalioti V., Hedley N.R., Carrigan N., Hammond M., Julien J. 2003. Case Studies in Application of Augmented Reality in Future Media Production. In: *2003 IEEE and ACM International Symposium on Mixed and Augmented Reality ISMAR 2003 (Tokyo, October 7–10, 2003)*. Tokyo, Japan: 294–295. DOI: [10.1109/ISMAR.2003.1240727](https://doi.org/10.1109/ISMAR.2003.1240727)

## References

- Anikina M.E. 2019. Institutional Roles of Russian Journalist at the Beginning of the XXIst Century. *Mediascope*, 4 (in Russian). DOI: [10.30547/mediascope.4.2019.7](https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2019.7)
- Biryukov V.A., Dmitrieva O.V., Livson M.V. 2020. Virtual and augmented reality technologies as a tool for attracting mass media audience. *Proceedings of the institutions of higher education. Issues of the graphic arts and publishing*, 2: 52–58 (in Russian).
- Vyrkovsky A.V., Galkina M.Yu., Kolesnichenko A.V., Obratsova A.Yu., Vartanov S.A. 2017. Multimedia Elements in Modern Media Text. *Mediascope*, 3 (in Russian). URL: <http://www.mediascope.ru/2364> (accessed: November 13, 2023).



- Vyugina D.M. 2018. The Internet in Everyday Media Consumption of Russian Digital Generation]. *Mediascope*, 3 (in Russian). DOI: [10.30547/mediascope.3.2018.11](https://doi.org/10.30547/mediascope.3.2018.11)
- Zharovskiy E.R. 2021. Journalistic work in the media of the Crimean peninsula: experience of empirical research. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seria 10. Zhurnalistika*, 2: 113–135 (in Russian). DOI: [10.30547/vestnik.journ.2.2021.113135](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2021.113135)
- Zamkov A.V., Krasheninnikova M.A., Lukina M.M., Tsynareva N.A. 2017. Immersive Journalism: Approaches to Theory and Problems of Education. *Modern information technologies and IT- education*, 13(1): 166–167 (in Russian).
- Zamkov A.V., Krasheninnikova M.A., Lukina M.M. 2020. Working Practices of Journalists: Humans or Robots. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 9(1(30)): 46–64 (in Russian). DOI: [10.17150/2308-6203.2020.9\(1\).46-64](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(1).46-64)
- Kolesnichenko A.V. 2023. Multimedia Genres in Modern Russian Media. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seria 10. Zhurnalistika*, 2: 3–22 (in Russian). DOI: [10.30547/vestnik.journ.2.2023.322](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.2.2023.322)
- Kolesnichenko A.V., Vyrkovsky A.V., Galkina M.Yu., Obraztsova A.Yu., Vartanov S.A. 2017. Transformation of Journalistic Work in Response to new Technologies: Information Search, Genres of Media Texts, Editorial Cultur. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seria 10. Zhurnalistika*, 5: 51–71 (in Russian).
- Krasavina A.V., Rzhendinskaya I.A. 2022. Features of the Use of Augmented Reality Technologies (ar) in Journalism: Format Limitations and Development Prospects. *Bulletin of the South Ural state university. Series: Social sciences and the humanities*, 22(4): 106–116 (in Russian). DOI: [10.14529/ssh220413](https://doi.org/10.14529/ssh220413)
- Krasheninnikova M.A., Barabanova A.A. 2022. Avtomatizirovannyi tekst v sovremennoi rossiiskoi mediapraktike: kriterii otsenki kachestva [Automated text in modern Russian media practice: quality assessment criteria]. *MediaAlmanah*, 5(112): 56–62. DOI: [10.30547/mediaalmanah.5.2022.5662](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2022.5662)
- Krasheninnikova M.A., Zatsepilina Y.A. 2019. Game Formats in Modern Foreign Online Media. *Mediascope*, 4 (in Russian). DOI: [10.30547/mediascope.4.2019.4](https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2019.4)
- Napalkova A.A., Nikulina T.A. 2019. Applying Augmented and Virtual Reality Technologies for Attracting Consumers to the Interaction with the Brand. *Practical marketing*, 4(266): 3–13 (in Russian).
- Rukoyatkina D.L., Sadikova S.V. 2019. Main Tendencies of Developing AR/VR-Technologies and How They Change Entertainment Industry. In: *Sotsial'nye kommunikatsii: nauka, obrazovanie, professiya* [Social Communications: Science, Education, Profession]. Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation (St. Petersburg, April 9-12, 2019). Iss. 19. Eds. L.V. Sharakhina, L.V. Azarova, M.E. Kudryavtseva. St. Petersburg, Publ. Izd-vo Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi elektrotekhnicheskii universitet «LETI» im. V.I. Ul'yanova (Lenina): 78–83.
- Sharonin P.N., Lebedeva T.A. 2020. Analysis of augmented reality's tools in modern media projects. *Proceedings of the institutions of higher education. Issues of the graphic arts and publishing*, 4: 68–72 (in Russian).
- Azuma R.T. 1997. A Survey of Augmented Reality. *Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4): 355–385. DOI: [10.1162/pres.1997.6.4.355](https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355)
- Broersma M., Eldridge S. 2019. Journalism and Social Media: Redistribution of Power? *Media and Communication*, 7(1): 193. DOI: [10.17645/mac.v7i1.2048](https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.2048)
- Kolesnichenko A., Vyrkovsky A., Galkina M., Vartanov S., Obraztsova A. 2018. Transformation of newsroom work in the digital era. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 1: 7–22. DOI: [10.30547/worldofmedia.1.2018.1](https://doi.org/10.30547/worldofmedia.1.2018.1)
- Milgram P., Kishino A.F. 1994. A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE operations with information and systems*, 12(12): 1321–1329.
- Rekimoto D., Ayatsuka Y. 2000. CyberCode: Designing augmented reality environments with the help of visual tags. In: *DARE '00: Proceedings of DARE 2000 on Designing augmented reality environments*. Association for Computing Machinery New NY United States: 1–10. DOI: [10.1145/354666.354667](https://doi.org/10.1145/354666.354667)
- Saltzis K., Dickinson R. 2008. Inside the changing newsroom: journalists' responses to media convergence. *Aslib Proceedings*, 60(3): 216–228. DOI: [10.1108/00012530810879097](https://doi.org/10.1108/00012530810879097)
- Sutherland I.E. 1965. The Ultimate Display. In: *Proceedings of the IFIPS Congress (New York, May 24–29, 1965)*. Vol. 2: 506–508.
- Veber M.S., Kosterich E. 2018. Coding News: The role of computer code in filtering and distributing news. *Digital Journalism*, 6(3): 310–329. DOI: [10.1080/21670811.2017.1366865](https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1366865)



Woolard A., Lalioti V., Hedley N.R., Carrigan N., Hammond M., Julien J. 2003. Case Studies in Application of Augmented Reality in Future Media Production. In: 2003 IEEE and ACM International Symposium on Mixed and Augmented Reality ISMAR 2003 (Tokyo, October 7–10, 2003). Tokyo, Japan: 294–295. DOI: [10.1109/ISMAR.2003.1240727](https://doi.org/10.1109/ISMAR.2003.1240727)

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 04.02.2025

Поступила после рецензирования 10.02.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received February 04, 2024

Revised February 10, 2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Тимербулатов Тимур Ильдарович**, аспирант кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия.

**Макеенко Михаил Игоревич**, доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Timur I. Timerbulatov**, Postgraduate Student, Department of Mass Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

**Mikhail I. Makeenko**, Associate Professor, Department of Theory and Economics of Mass Media, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.



УДК 316.77 : 366.63  
DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-76-86

## Интегрированный и интегративный принципы построения информационно-коммуникативной системы при взаимодействии с аудиторией

Шелгинская В.А.

Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации,  
Россия, 620144, г. Екатеринбург, ул. 8 марта, д. 66  
[victoria.shelg@yandex.ru](mailto:victoria.shelg@yandex.ru)

**Аннотация.** Социокультурные коммуникации, связанные с продвижением ценностей и смыслов, являются важным элементом формирования векторов общественного развития. При этом высок риск некритичного использования имеющихся наработок маркетинговых коммуникаций, что ведет к искажению целевых смыслов, барьерам интерпретации. Это может быть связано с различием самих принципов построения информационно-коммуникативной системы (ИКС), что оставалось за пределами исследовательского внимания. Цель исследования – определить и сравнительно охарактеризовать функциональные и концептуальные различия в информационно-коммуникативных системах взаимодействия с аудиториями, базирующихся на комплексном и многоканальном подходе к их построению. В работе использован структурно-функциональный метод с учетом диалектической взаимосвязи медиацентрического и социоцентрического подходов. Выделены переменные, определяющие принципиальные различия в структуре ИКС: уровень формирования структуры, двойственность приоритетов функционального назначения, характер учета влияния адресата-интерпретатора. Выделено четыре типа проблемных ситуаций при их комбинации. Предложено разделять интегрированный и интегративный принципы построения ИКС, дана их сравнительная характеристика. Результаты вносят вклад в концептуальное развитие предметной области, способствуют снятию противоречий реализации, могут служить основой для разработки прикладных технологий.

**Ключевые слова:** социология коммуникации, символический интеракционизм, массовые коммуникации, политическая коммуникация, когнитивные технологии, связи с общественностью, СММ, СМИ, медиатекст, знаково-символические системы

**Для цитирования:** Шелгинская В.А. 2025. Интегрированный и интегративный принципы построения информационно-коммуникативной системы при взаимодействии с аудиторией. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 76–86. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-76-86

---

## Integrated and Integrative Principles in Forming Communicative System in Relationship Management

Victoria A. Shelginskaya

Ural Institute of Management, branch of the Russian Presidential Academy  
of National Economy and Public Administration,  
66 8 Marta St, Yekaterinburg 620144, Russia  
[victoria.shelg@yandex.ru](mailto:victoria.shelg@yandex.ru)

**Abstract.** Sociocultural communication aimed at spreading social and life values is an important element of social engineering and public administration. An unexamining use of available developments of marketing communications creates an increased-risk of distortion of target meanings and interpretation

barriers. It may relate to the difference in the principles of building an information and communication system (ICS). Our goal is to determine such differences and provide their comparative characteristic, following structural methodology and dialectical relationship of the media-centric and sociocentric approaches. Variables have been identified that determine the fundamental differences in ICS structure: the level of formation, duality of functional purpose priorities, the characteristics of addressee-interpreter influence. Four types of problem situations arising out of their combination have been singled out. The author proposes to distinguish integrated and integrative principles of building ICS, giving their comparative characteristics. The results contribute to conceptual development of the area, remove some contradictions of implementation, and may form the basis for developing applied technologies.

**Keywords:** sociology of communication, symbolic interactionism, mass communications, political communication, cognitive technologies, public relations, SMM, media, social technologies, symbolical systems

**For citation:** Shelginskaya V.A. 2025. Integrated and Integrative Principles in Forming Communicative System in Relationship Management. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 76–86 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-76-86

---

## Введение

Целевые ценностно-смысловые коммуникации с аудиториями политических или культурных институтов обладают неизменной значимостью в любой исторический период. Они влияют на определение векторов общественного развития и социокультурного облика общества, формирование лидерских стратегий и решение задач социального управления. Схожими коммуникативными целями обладает сфера маркетинга и менеджмента, в которой специалисты долгое время развивали методы коммуникационного взаимодействия и воздействия на аудитории и уже достигли в этом деле значительного мастерства. Несмотря на общее сходство, между маркетинговой и ценностно-смысловой коммуникацией имеется существенное различие: первая использует любые укрепившиеся в общественном пространстве идеи, смыслы и стереотипы для достижения коммерческого или имиджевого успеха, вторая же должна формировать, внедрять, закреплять и поддерживать необходимые субъекту управления целевые идеи и смыслы, которые могут не совпадать с укоренившимися или популярными. Некритическое воспроизведение маркетинговых принципов построения информационно-коммуникативных систем (ИКС) в политическом и социокультурном дискурсе неизбежно повышает риски достижения целей, отличных от запланированных или даже противоположных им. Особенно высок этот риск при использовании комплекса коммуникативных средств, связанных не только с разнообразием технико-технологических платформ, но и с социокультурными особенностями их аудиторий.

Еще в начале XXI века, практически сразу с популяризацией комплексного подхода к построению коммуникативных взаимоотношений с аудиториями, зарубежными исследователями поднималась проблема интеграции и сегрегации в коммуникативной политике организаций. Указывались такие проблемы, как реализация элементов системы в виде дискретных связей, семантические проблемы разделения элементов коммуникативных систем, упрощение принципов интегративного единства составляющих коммуникационной системы и др. [Hartley, Pickton, 1999]. Полтора десятилетия спустя эта проблема (ввиду ее сложности, комплексности и неоднозначности, а также вследствие усложнения и технологизации самой информационно-коммуникационной среды) по-прежнему оставалась концептуально неоднозначной. Одни авторы продолжали отмечать потребность в разработке «соответствующей теоретической базы, вокруг которой можно было бы выстроить и применить все инструменты и методы, используемые в практике коммуникации» [Tafesse, Kitchen, 2017, p. 211], другие – указывали на то, что предметом рассмотрения остается медиаконвергенция как «кроссплатформенное распространение информации... однако, практически не упоминается взаимопроникновение информации» [Сорокина 2019, с. 137].



Выработка концептуальных оснований построения ИКС, способных во всей полноте реализовывать цели качественного, а не количественного характера, остаются востребованными и по сей день. Исследователи продолжают указывать на необходимость построения «безбарьерной коммуникативной среды» [Абрамов и др. 2021, с. 17], которая бы позволила воспринимать целевые смыслы, вкладываемые коммуникатором, и повышать результативность информационного взаимодействия, а также подчеркивают важность поиска решений для обеспечения «общественного взаимопонимания» [Беженцев 2024, с. 396] при коммуникативном взаимодействии общественно-политических, культурных и социально-ориентированных структур.

Мы видим и ряд косвенных свидетельств того, что эта проблематика не решается, а замещается рядом других актуальных аспектов, таких как ценностно-смысловая коммуникация в условиях массовой культуры потребления, остросоциальная или политическая, артефактно-аксиологическая [Гундунова, 2021; Москлева, Троицкая, 2023; Сажина, 2024].

Вышеизложенное свидетельствует о недостаточной гибкости подхода к выстраиванию ИКС субъектами управления, к специфике целеполагания и особенностям социокультурного контекста в тех случаях, когда коммуникативные условия связаны с необходимостью передачи целевых смыслов, в той или иной степени отличных от распространенных и закрепившихся в массовом восприятии. Это приводит к предположению, что существующие подходы упускают из внимания некоторые принципиальные особенности, лежащие в их основе.

В исследовании мы ставим своей целью охарактеризовать функциональные и концептуальные различия в информационно-коммуникативных системах взаимодействия с аудиториями, базирующихся на комплексном и многоканальном подходе к их построению.

### **Материалы и методы исследования**

Методологическую основу анализа составляет учет диалектической взаимосвязи между теориями, основанными на подчеркивании роли политэкономических и социокультурных институтов на формирование коммуникативных систем и роли содержания коммуникативных сообщений в направлении социальных действий (В. Парето, К. Маннгейм, Р. Мертон, П. Лазерсфельд и др.), и теориями, опирающимися на положения о социальной и культурологической обусловленности протекания общественно-коммуникативных процессов (Г. Маклюэн, Т. Адорно и др.) [Шарков, 2015; Парахевич, 2022]. Мы также ориентируемся на то, чтобы учитывать специфику неоднозначности восприятия коммуникативных сообщений в процессе их декодирования и интерпретации (Ю.М. Лотман, Н. Луман) [Луман, 1995; Гуревич, 2024].

Логика анализа опирается на принципы структурно-функционального метода и подразумевает анализ принципов построения информационно-коммуникативной системы в соответствии со следующими задачами:

1. Охарактеризовать в общем виде структуру ИКС и особенности ее построения.
2. Выделить функциональные противоречия в реализации ИКС на основании учета структурных особенностей.
3. Дать сравнительную характеристику особенностям построения ИКС в рамках двух руководящих принципов: интегрированного и интегративного.

В данном материале мы ориентируемся на рассмотрение общих принципов построения ИКС в рамках многоканальной или многоисточниковой коммуникации с аудиториями, оставляя частные технологические решения в качестве предмета будущих работ.

### **Общий вид и аспекты двойственности структуры информационно-коммуникативной системы**

Само понятие коммуникации или информации служит объектом глубокого и разностороннего философско-филологического анализа. Для целей данного исследования нам представляется достаточно релевантной и лаконичной характеристика данных терминов и их взаимосвязи, представленная О.В. Кашириной: «Коммуникация – это способ прямого и обратного транслирования информации, в котором обязательно присутствуют субъектно-объектные или субъектно-субъектные отношения, строящиеся на личностных смыслах, общественных значениях, интересах, ценностях и целях субъектов. (Ее) следует отличать от информационного способа существования материи, в котором субъект может и не участвовать... (и который происходит) независимо от субъектных действий (внешних) и субъективных виртуальностей (внутренних, мысленно возможных иллюзий, фантазий и т. п.) и состояний цивилизационных субъектов» [Каширина, 2018, с. 14].

Выделим, с одной стороны, логические предпосылки нашего анализа, а с другой – проблемные аспекты, которые они обнажают в приложении к практической реализации. В качестве первой предпосылки отметим, что коммуникативное воздействие подразумевает не только предоставление информации, но и трансляцию целевых смыслов (то есть тех, в которых заинтересован субъект управления коммуникацией), вкладываемых в эту информацию – что отражено в классической триаде компонент «информация – сообщение – понимание» Н. Лумана [Луман, 1995, с. 115]. В качестве второй предпосылки зафиксируем, что, соответственно, существование сугубо «информационного» или сугубо «коммуникативного» взаимодействия представляется идеализированным. В первом случае наблюдается процесс циклического обмена, накопления и интерпретации информации, во втором – целеориентированные акты коммуникации, достижимые по факту асимптотически, в определенной степени. Более вероятны промежуточные варианты, где информационная и коммуникационная компоненты в той или иной степени соотносятся между собой. В качестве третьей предпосылки подчеркнем, что коммуникативное воздействие неизбежно зависит от интерпретатора, который является не менее значимым актором, поддерживающим бесконечный процесс «автопоэзиса» коммуникации. В целом соглашаясь с тем, что «коммуницировать может только коммуникация» [Луман, 1995, с. 114], заметим, что, рассматривая коммуникационный аспект взаимодействия субъекта управления с аудиторией, мы неизбежно ориентируемся на поиск способов повышения определенности результата (во всяком случае, промежуточного результата). Так, субъект не может себе позволить стоически принять «бесцельность» коммуникативного взаимодействия, поэтому стремится к поиску возможных способов снижения неопределенности и повышения степени соответствия интерпретации – исходным смыслам сообщения.

Учитывая это, можно выделить двоякую позицию интерпретатора по отношению к субъекту управления и средствам коммуникации. С одной стороны, интерпретатор воспринимает целевые сообщения субъекта управления, который выступает в качестве источника или ключевого фактора изменений в социокультурной сфере, у целевой аудитории или индивида. Несмотря на интерпретативную активность аудитории, предполагается, что переданные целевые смыслы формируют качественно отличные состояния аудитории, что характерно для медиаориентированных исследовательских позиций [Худолеева, 2024].

С другой стороны, будучи вынужденным искать способы снижения неопределенности интерпретации при передаче целевых смыслов, субъект ориентируется на учет социокультурных особенностей, представлений, стереотипов своих аудиторий. Имея целью оказание коммуникативного воздействия, он вступает в парадоксальную зависимость от аудитории, которая выступает в качестве равного по управляющему воздействию актора коммуникации (или даже перенимает управленческие функции коммуникации на себя). Это характерно для социоориентированных исследовательских позиций [Худолеева, 2024].

## Особенности построения информационно-коммуникативных систем

Из вышесказанного можно сделать следующие заключения.

*Во-первых*, с точки зрения субъекта управления можно определить информационно-коммуникативную систему (ИКС) как совокупность элементов, процессов, источников (каналов передачи), посредством которых осуществляется представление информации, та или иная часть которой реализует свой коммуникационный потенциал по отношению к адресату (т. е. интерпретируется аудиторией с определенной степенью достоверности относительно запланированных смыслов). Структура ИКС может выстраиваться субъектом управления на двух уровнях: комплексном и интеракционном. На комплексном уровне она выстраивается на сочетании различных технико-технологических каналов коммуникации (источников передачи коммуникативного воздействия). Пример: системы омниканальных, или интегрированных, маркетинговых коммуникаций. На интеракционном уровне она выстраивается на сочетании различных перцептивных каналов (посредством которых осуществляется непосредственное восприятие информации: аудиального, визуального и т. д.) и знаково-символических систем в рамках одного технико-технологического источника. Пример: мультисенсорное воздействие событийных коммуникаций [Прохоров и др., 2023].

*Во-вторых*, принципы построения структуры ИКС могут быть различными в зависимости от того, какая компонента является более выраженной, или, вернее сказать, реализации функций которой из них придается большее значение субъектом управления. При доминировании (приоритете функционального назначения) коммуникативной компоненты целерациональность элементов и контролируемость процессов предполагают более высокую степень, поскольку она направлена на снижение флуктуаций, возникающих при трансляции и интерпретации смыслов. Контролируемость предполагает не только возможность апостериорной оценки проведенной кампании, но и повышенное внимание к текущему контролю, координации и корректировке процесса, оценке качественных особенностей исполнения над количественными показателями. При доминировании информационной компоненты система обладает сравнительно большей степенью «свободы» в этом отношении.

*В-третьих*, принципы построения структуры ИКС могут различаться в зависимости от того, насколько учитывается влияние самоорганизации адресата-интерпретатора и кто выступает ведущим актором, определяющим интерпретативную «рамку» коммуникации – аудитория или субъект управления (организация, учреждение, политические акторы и т. д.). Если ведущим актором является аудитория, то построение системы основывается на ее социальных, культурных и др. особенностях с целью положительной обратной связи, расширения аудиторного охвата, провоцирования общественного резонанса и т. д. Если ведущим актором является субъект управления коммуникацией, то построение системы основывается на целевых смыслах, способах снижения неопределенности их интерпретации.

### Дилеммы реализации, следующие из выделенных особенностей

Наличие вышеописанной двойственности, с одной стороны, позволяет разрабатывать ИКС более гибко и адаптивно к целям субъекта управления, особенностям социальных групп и т. д. С другой стороны, значимость этих нюансов не всегда учитывается в управленческой практике, что ведет к несоответствию между декларируемой целью и избранным для ее достижения принципом построения системы.

Приведем возможные варианты такого рода ситуаций, приняв в качестве категориальных признаков изложенные выше особенности функционального ориентирования и интерпретативного контекста (табл. 1):

1. Квадрант 1А: противоречие медийно обусловленного ложноположительного результата. При ориентации на максимальное медийное доминирование возможно проявление ложноположительных результатов коммуникации: когда количественные показатели свидетельствуют об успехе кампании, но качественные результаты по существу не достигнуты. Пример: количественные свидетельства аудиторного охвата не детерминируют восприятие и интерпретацию транслируемых смыслов [Сапан, 2023].

2. Квадрант 1Б: противоречие максимального соответствия массовым представлениям. Поскольку ИКС построена на принципах максимального соответствия аудиторным (потребительским) ожиданиям, то целевая коммуникация сводится к поддержанию уже и без того сравнительно устойчиво закреплённых смыслов. Пример: рекламная коммуникация, ориентированная на поддержание или обновление идей, функционирующих в рамках устойчивых массовых дискурсов (например, о статусном потреблении или экологической ответственности).

3. Квадрант 2А: противоречие социально обусловленного ложноотрицательного результата. ИКС, соответствующие социальным представлениям и целеориентированные на закрепление уже существующих смыслов, могут оцениваться как очевидные или тривиальные (т. е. малоэффективные с точки зрения аудиторного охвата), но при этом эффективно выполняющие целевую функцию. Пример: многократное повторение коммуникационных сообщений, дизайн которых адаптирован к социальным представлениям различных целевых групп, выстроен по схожим принципам, но которые отражают уже бытующие среди них смыслы.

4. Квадрант 2Б: противоречие внедрения новых смыслов на устойчивый «базис» социальных представлений. Полная ориентация на социальные предпочтения (стереотипы, шаблоны и т. д.) при наличии цели внедрения определенных смыслов (идей, ценностей) способствует закреплению уже имеющихся, а не целевых смыслов (в случае если они не совпадают). Пример: ИКС, строящаяся вокруг сопровождения мероприятия по укреплению традиционных ценностей, но использующая «популярные» или «злободневные» дискурсы в целях повышения аудиторного охвата.

Таблица 1  
Table 1

Ситуации противоречия при выстраивании информационно-коммуникативных систем  
Situations of contradiction in the construction of info-communicative systems

Функция		Интерпретативная рамка	
		Субъектная (медиаобусловленная)	Аудиторная (социообусловленная)
		1	2
Информационная	А	Противоречие медийно обусловленного ложноположительного результата.	Противоречие социально обусловленного ложноотрицательного результата.
Коммуникационная	Б	Противоречие максимального соответствия массовым представлениям.	Противоречие внедрения новых смыслов на устойчивый «базис» социальных представлений.

**Принципы интегративности и интегрированности  
как базис построения информационно-коммуникативных систем:  
сравнительная характеристика**

Двойственные особенности построения ИКС, а также наличие при этом противоречий, представленных в табл. 1, приводит нас к заключению, что, несмотря на разнообразие подходов к построению коммуникаций и диверсификации их видов, они не учитывают



некоторых фундаментальных различий. Исходя из проведенного выше анализа, в качестве таковых можно выделить уровень построения системы, целерациональность ее построения и учет интеракционного баланса акторов (субъекта управления и аудитории). Наиболее существенная разница при их комбинировании (см. табл. 1) заключается в характере выстраиваемой цепочки связей от субъекта коммуникационного воздействия к аудитории, иначе говоря, в самом принципе соединения элементов ИКС в единое целое, работающее на передачу целевых смыслов.

На наш взгляд, можно выделить следующие два принципа, обозначенные здесь как интегрированный и интегративный (табл. 2) и различающиеся по характеру построения взаимосвязи элементов системы. Первый характер взаимосвязи – это взаимосвязь дискретная, подразумевающая формирование сети диверсифицированных источников, сравнительно независимых друг от друга в части контроля и координации транслируемых и интерпретируемых смыслов.

Таблица 2  
 Table 2

Сравнительная характеристика интегрированного и интегративного принципов  
 Comparative characteristics of integrated and integrative principles

Параметр сравнения	Интегрированный принцип	Интегративный принцип
Семантика	Объединенный, соединенный с некими другими элементами. Англ. integrated — i.e. with various parts or aspects linked or coordinated	Объединительный, объединяющий, соединяющий для некоторой совокупности элементов. Англ. integrative — i.e. intending to unify separate things
Информационно-коммуникативная функция	Передача информации на основе привлечения внимания с использованием любых популярных, остросоциальных, дискуссионных или социально укрепившиеся идей, смыслов и стереотипов	Передача (формирование, укрепление, поддержание) целевых идей и смыслов, заложенных в коммуникативное сообщение, которые могут частично или полностью не совпадать с укоренившимися или популярными
Комплексный уровень системы	Соединение различных коммуникативных платформ, диверсифицирующих широкое распространение информации	Объединение каналов, источников и форм передачи целевых смыслов коммуникативного сообщения на принципах преемственности и адаптивности
Интеракционный уровень системы	Формируется из элементов, имеющих явную ассоциацию с популярными, стереотипными, злободневными смыслами и т.д.	Формируется из элементов, связанных с социокультурными или субкультурными особенностями, интересами и т.д.
Ведущий актер, формирующий интерпретативную рамку	Аудитория, целевые группы	Субъект управления информационно-коммуникативной системой
Основное применение	Маркетинговые коммуникации, реклама	Политическая и социокультурная коммуникация

Независимость эта имеет специфический характер и обуславливается:

– социально-демографическими различиями аудитории коммуникативных платформ на комплексном уровне;

– ориентацией на популярные или стереотипные дискурсы, «игрой на слабостях» и т. д. (например, апелляция к положительной либо отрицательной мотивации при одном и том же предмете коммуникации, кроме очевидного эффекта, поддерживает и укрепляет также и тот стереотип, на котором «сыграл» коммуникатор) на интеракционном уровне;

– преобладанием аудиторно формируемой интерпретативной рамки над субъект-формируемой. Выбор средств, каналов передачи информации и самой формы изложения предполагает, что сообщение будет каким-либо образом воспринято и эмоционально ассимилировано, но не то, какие более глубокие смыслы будет оно поддерживать (например, коммуникация типа *shockvertising*, привлекающая внимание за счет когнитивного диссонанса, шока, провокации).

Указанный принцип построения можно рассматривать как интегрированный в значении «объединенный, соединенный с некими другими элементами». Тот или иной элемент ИКС вводится (или интегрируется) в совокупность других источников и использует различные интерпретативно-смысловые контексты для привлечения внимания.

Другой возможный характер взаимосвязи в этом случае – это взаимосвязь знаково-символическая, воплощенная в совокупности элементов коммуникативного текста в рамках одного источника и связанная с другими источниками ИКС по принципу преемственности и непротиворечивости.

Отличие этого принципа по отношению к предыдущему характеризуется:

– социокультурными и субкультурными особенностями подгрупп аудитории (например, в пределах специфической аудитории какой-либо социальной сети можно выделить многообразие групп, не готовых безоговорочно принять коммуникационное сообщение в прямой форме, но готовых принять и распространить его опосредованно в тех формах, которые вызывают у них интерес и положительную реакцию);

– ориентацией на передачу требуемых смыслов посредством использования социокультурных шаблонов, распространенных среди данной аудитории, при этом целевое сообщение ценностно-смыслового характера кодируется в знаково-символическом виде, отражающем ее существенные черты, но само изложение происходит в адаптации к контекстуальным особенностям, обусловленным социокультурным портретом аудитории (примером такого диалектического сочетания может служить художественная репрезентация героев русских сказок с присущими им личностными и характерными особенностями в визуальной стилистике фэнтези, аниме и т. д.);

– сочетанием аудиторной интерпретативной рамки (в части определения контекстуального поля коммуникации) и субъект-формируемой (в части разработки, планирования и возможного прогнозирования особенностей восприятия и интерпретации передаваемых смыслов, закодированных в совокупности знаково-символических единиц коммуникации).

Указанный принцип построения можно рассматривать как интегративный в значении «объединительный, объединяющий, соединяющий по отношению к некоторой совокупности элементов». Каждый элемент системы обладает смысловой взаимосвязью и преемственностью как между собой, так и по отношению к целевому ценностно-смысловому ядру коммуникации (одно и то же содержание кодируется в различных текстах, знаково-символических системах, сохраняющих и воспроизводящих при этом целевую идею сообщения).

### Заключение

Проведенное исследование направлено на восполнение концептуального пробела, связанного с наличием фундаментально различных принципов построения ИКС маркетинговых и социокультурных коммуникаций и определяющего ряд проблем,



возникающих при некритичном заимствовании одних подходов в ином контексте. В частности:

1. Выделены ключевые переменные, определяющие принципиальные различия в структуре ИКС: уровень формирования структуры (комплексный или интеракционный), двойственность приоритетов функционального назначения, степень и характер учета самоорганизации адресата-интерпретатора

2. Выделено четыре типа проблемных ситуаций, возникающих при построении ИКС на основе комбинации указанных переменных в ее структуре (противоречие медийно обусловленного ложноположительного результата, противоречие максимального соответствия массовым представлениям, противоречие социально обусловленного ложноотрицательного результата, противоречие внедрения новых смыслов на устойчивый «базис» социальных представлений).

3. Предложено выделять и разделять принципы построения ИКС, служащие различным целям: интегрированный (элемент системы вводится в совокупность других источников и использует различные интерпретативно-смысловые контексты для привлечения внимания) и интегративный (элемент системы обладает смысловой взаимосвязью и преемственностью как между собой, так и по отношению к целевому ценностно-смысловому ядру коммуникации).

Полученные результаты вносят вклад в концептуальное развитие предметной области, способствуют снятию существующих противоречий реализации и могут служить основой для разработки прикладных социально-коммуникативных технологий, методов и т. д.

Будучи эффективным в маркетинговых коммуникациях, в коммуникациях ценностно-смысловых интегрированный принцип может спровоцировать замкнутый круг, когда максимальная ориентация на существующие предпочтения и мировоззренческие особенности аудитории приводит к их же воспроизведению вместо внедрения целевых смыслов. Интегративный принцип, не получивший пока широкого распространения, может быть связан с трудностями адаптации организационно-оценочных средств, взаимопроникновением существующей и транслируемой ценностно-смысловых системами.

Принимая во внимание, что вопросы ценностно-смысловой коммуникации в условиях информационной перегруженности и обществе постправды обостряются, полагаем, что эти проблемные аспекты служат развитию дальнейшей дискуссии и практическим разработкам. Выделенные в результате анализа принципы построения ИКС комплексного и интеракционного уровней будут способствовать фокусированию исследовательской мысли на поднятых здесь вопросах и служить основой для дальнейших разработок.

### Список литературы

- Абрамов С.М., Амелькин С.А., Гагарина Л.Г., Гусейнова И.А., Корнилова Е.Н. 2021. Разработка безбарьерной коммуникативной среды в реальном и виртуальном видах пространства. *Медиаальманах*, 1(102): 16–23. DOI: [10.30547/mediaalmanah.1.2021.1623](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.1.2021.1623)
- Беженцев А.А. 2024. Коммуникативная культура: интегральная модель в публичном управлении. *Научный вестник Омской академии МВД России*, 30(4(95)): 395–400. DOI: [10.24412/1999-625X-2024-495-395-400](https://doi.org/10.24412/1999-625X-2024-495-395-400)
- Гундрова А.В. 2021. Трансляция культурных ценностей и смыслов в процессе музейной коммуникации. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 3(845): 294–302. DOI: [10.52070/2542-2197\\_2021\\_3\\_845\\_294](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_3_845_294)
- Гуревич Л.С. 2024. Проблемы перевода культурно детерминированных смыслов: «непереводимые» культурные коды. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 9 (890): 119–126.
- Каширина О.В. 2018. Практическая философия управления коммуникацией в контексте культуры времени. *Обсерватория культуры*, 15(1): 13–20. DOI: [10.25281/2072-3156-2018-15-1-13-20](https://doi.org/10.25281/2072-3156-2018-15-1-13-20)
- Луман Н. 1995. Что такое коммуникация? Пер. с нем. Д. Озирченко. *Социологический журнал*, 3: 114–124. (Luhmann N. 1987. Was ist Kommunikation. *Information Philosophie*, März: 4–16.)

- Москалева Л.Ю., Троицкая Е.М. 2023. Современная когнитивная коммуникация Homo educandus в постижении философско-образовательных смыслов. *Человеческий капитал*, 8(176): 211–216. DOI: [10.25629/HC.2023.08.24](https://doi.org/10.25629/HC.2023.08.24)
- Парахневич Е.В. 2022. Функции этнической журналистики (на примере русскоязычных изданий). *Успехи гуманитарных наук*, 2: 37–42.
- Прохоров А.В., Семишова Е.П., Пядышева Т.Г. 2023. Событийные коммуникации в условиях медиатизации: актуальные проблемы и сферы применения. *Неофилология*, 34: 427–434. DOI: [10.20310/2587-6953-2023-9-2-427-434](https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-2-427-434)
- Сажина С.Д. 2024. Проблемы семьи и семейного воспитания на современном этапе. *Человек. Культура. Образование*, 4(54): 68–88. DOI: [10.34130/2233-1277-2024-4-68](https://doi.org/10.34130/2233-1277-2024-4-68)
- Сапан И.Е. 2023. Общественное мнение и публичное пространство: проблема смысловой взаимосвязи в рамках системно-коммуникативного подхода. *Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки*, 23(2): 103–111. DOI: [10.37482/2687-1505-V250](https://doi.org/10.37482/2687-1505-V250)
- Сорокина В.С. 2019. Интегрированный контент: влияние на информационное пространство. *Коммуникология*, 7(3): 136–147. DOI: [10.21453/2311-3065-2019-7-3-136-147](https://doi.org/10.21453/2311-3065-2019-7-3-136-147)
- Худолеева Е.О. 2024. Мультимедиа и архитектура: эволюция взаимодействия. *Architecture and Modern Information Technologies*, 3(68): 339–349. DOI: [10.24412/1998-4839-2024-3-339-349](https://doi.org/10.24412/1998-4839-2024-3-339-349)
- Шарков Ф.И. 2015. Генезис социологических школ и теорий коммуникации. *Коммуникология*, 4: 15–30.
- Hartley V., Pickton D. 1999. Integrated marketing communications requires a new way of thinking. *Journal of marketing Communications*, 2: 97–106.
- Tafesse W., Kitchen P.J. 2017. IMC—an integrative review. *International Journal of Advertising*, 2: 210–226.

## References

- Abramov S.M., Amel'kin S.A., Gagarina L.G., Guseinova I.A., Kornilova E.N. 2021. Razrabotka bezbar'ernoï kommunikativnoi sredy v real'nom i virtual'nom vidakh prostranstva [Development of a barrier-free communication environment in real and virtual types of space]. *MediaAlmanah*, 1(102): 16–23. DOI: [10.30547/mediaalmanah.1.2021.1623](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.1.2021.1623)
- Bezhtentsev A.A. 2024. Communicative Culture: an Integrative Model in Public Administration. *Scientific bulletin of the Omsk Academy of the Ministry of the Interior of Russia*, 30(4(95)): 395–400 (in Russian). DOI: [10.24412/1999-625X-2024-495-395-400](https://doi.org/10.24412/1999-625X-2024-495-395-400)
- Gundrova A.V. 2021. Transmission of Cultural Values and Meanings in the Process of Museum Communication. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 3(845): 294–302 (in Russian). DOI: [10.52070/2542-2197\\_2021\\_3\\_845\\_294](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_3_845_294)
- Gurevich L.S. 2024. Culturally determined meanings translation problems: “untranslatable” cultural codes. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 9(890): 119–126 (in Russian).
- Kashirina O.V. 2018. Practical Philosophy of Communication Management in the Context of Time Culture. *Observatory of culture*, 15(1): 13–20. DOI: [10.25281/2072-3156-2018-15-1-13-20](https://doi.org/10.25281/2072-3156-2018-15-1-13-20)
- Luman N. 1995. What is Communication? Trans. from Germ. D. Ozirchenko. *Sociological journal*, 3: 114–124 (in Russian). (Luhmann N. 1987. Was ist Kommunikation. Information Philosophie, März: 4–16.)
- Moskalyova L.Yu., Troitskaya E.M. 2023. Modern cognitive communication of homo educandus in comprehension of philosophical and educational meanings. *Human capital*, 8(176): 211–216 (in Russian). DOI: [10.25629/HC.2023.08.24](https://doi.org/10.25629/HC.2023.08.24)
- Parakhnevich E.V. 2022. Functions of ethnic journalism (by the case of russian-language printed media). *Modern Humanities Success*, 2: 37–42 (in Russian).
- Prokhorov A.V., Semishova E.P., Pyadyшева T.G. 2023. Event communications in the conditions of mediatization: actual problems and applications. *Neophilology*, 34, 427–434 (in Russian). DOI: [10.20310/2587-6953-2023-9-2-427-434](https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-2-427-434)
- Sapan I.E. 2023. Public Opinion and Public Space: The Semantic Relationship Within the Systems-Communicative Approach. *Vestnik of Northern (Arctic) federal university. Series "Humanitarian and social sciences"*, 23(2): 103–111 (in Russian). DOI: [10.37482/2687-1505-V250](https://doi.org/10.37482/2687-1505-V250)
- Sazhina S.D. 2024. Problems of Family and Family Education at the Present Stage. *Human. Culture. Education*, 4(54): 68–88 (in Russian). DOI: [10.34130/2233-1277-2024-4-68](https://doi.org/10.34130/2233-1277-2024-4-68)



- Sorokina V.S. 2019. Integrated Content: the synergistic effect of merging media and social networks and its impact on the information environment. *Communicology*, 7(3): 136–147 (in Russian). DOI: [10.21453/2311-3065-2019-7-3-136-147](https://doi.org/10.21453/2311-3065-2019-7-3-136-147)
- Khudoleeva E.O. 2024. Multimedia and architecture: the evolution of interaction. *Architecture and Modern Information Technologies*, (68): 339–349 (in Russian). DOI: [10.24412/1998-4839-2024-3-339-349](https://doi.org/10.24412/1998-4839-2024-3-339-349)
- Sharkov F.I. 2015. Genesis of sociological schools and theories of communication. *Communicology*, 4: 15–30.
- Hartley B., Pickton D. 1999. Integrated marketing communications requires a new way of thinking. *Journal of marketing Communications*, 2: 97–106.
- Tafesse W., Kitchen P.J. 2017. IMC-an integrative review. *International Journal of Advertising*, 2: 210–226.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 29.01.2025

Поступила после рецензирования 10.02.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received January 29, 2025

Revised February 10, 2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Шелгинская Виктория Алексеевна**, аспирант кафедры управления персоналом и социологии, Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Екатеринбург, Россия.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Victoria A. Shelginskaya**, Postgraduate student of the Department of Personnel Management and Sociology, Ural Institute of Management, a branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Yekaterinburg, Russia.

## ПЕДАГОГИКА PEDAGOGICS

УДК 378.1

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-87-98

### Диагностика формирования эстетических ценностных ориентаций у будущих педагогов начального образования

Ильинская И.П., Болгова А.В.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 3008015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85  
[ilinskaya@bsuedu.ru](mailto:ilinskaya@bsuedu.ru); [bolgova\\_av@bsuedu.ru](mailto:bolgova_av@bsuedu.ru)

**Аннотация.** Формирование эстетических ценностных ориентаций у студенческой молодежи особенно значимо для будущих специалистов в сфере образования. В условиях современного общества необходимо обратить внимание на воспитание эстетической отзывчивости и эстетического вкуса у молодежи. При этом анализ научных педагогических трудов последних лет показывает, что проблема формирования эстетических ценностных ориентаций недостаточно изучена. Цель исследования – определить уровни сформированности эстетических ценностных ориентаций у будущих педагогов начального образования. Проведён краткий обзор существующих подходов и методов, применяемых для решения данной проблемы. Исследование проводилось среди студентов, обучающихся по профилю «Начальное образование». Были выявлены уровни сформированности эстетических ценностных ориентаций студентов начального образования. Полученные данные могут быть использованы при разработке и корректировке учебных программ и курсов, направленных на развитие эстетических ценностей у студентов педагогических вузов, и представляют интерес для исследователей в области педагогики.

**Ключевые слова:** ценности, ценностные ориентации, формирование эстетических ценностных ориентаций, педагог начального образования

**Для цитирования:** Ильинская И.П., Болгова А.В. 2025. Диагностика формирования эстетических ценностных ориентаций у будущих педагогов начального образования. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 87–98. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-87-98

### Diagnosing the Formation of Aesthetic Value Orientations in Future Primary School Teachers

Irina P. Ilinskaya, Anastasia V. Bolgova  
Belgorod State National Research University,  
85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russia  
[ilinskaya@bsuedu.ru](mailto:ilinskaya@bsuedu.ru); [bolgova\\_av@bsuedu.ru](mailto:bolgova_av@bsuedu.ru)

**Abstract.** The formation of aesthetic value orientations among university students holds particular significance for future professionals in the field of education. In today's society, there is a pressing need to focus on fostering aesthetic responsiveness and refined aesthetic taste in young people. However, an analysis of recent scholarly work in pedagogy indicates that the issue of aesthetic value orientation development remains under-researched. This study aimed to determine the levels of aesthetic value orientation development among prospective primary school teachers. A concise review of existing approaches and methods used to address this issue was conducted. The research was carried out among students majoring in Primary Education. Levels of the students' aesthetic value orientation development



were identified. The data obtained can be used in the design and modification of curricula and courses aimed at developing aesthetic values in students of pedagogical universities, and are of interest to researchers in the field of pedagogy.

**Keywords:** values, value orientations, formation of aesthetic value orientations, primary education teacher

**For citation:** Ilinskaya I.P., Bolgova A.V. 2025. Diagnosing the Formation of Aesthetic Value Orientations in Future Primary School Teachers. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 87–98 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-87-98

## Введение

В последнее десятилетие все чаще в научных [Кушхова, Шогенова, 2015; Верейкина, 2017; Камалова, 2024] и политических<sup>1</sup> дискуссиях поднимается вопрос о целенаправленном формировании ценностных ориентаций у молодого поколения, соответствующих приоритетам государственной политики и традиционным духовно-нравственным ценностям российского общества. Анализ исследований Российской академии наук [Юревич, 2016, 2018] позволяет констатировать, что современное российское общество характеризуется трансформацией моральных ценностей, что выражается в снижении значимости нравственных качеств, таких как честность, ответственность, и росте эгоцентрических и потребительских установок [Юревич, 2018]. Данные тенденции подтверждаются эмпирическими исследованиями, выявляющими снижение культурного уровня, размытость социальных норм и дефицит нравственных ориентиров [Юревич, 2016, 2018]. Это приводит к необходимости поиска эффективных подходов к формированию ценностных ориентаций у молодежи, учитывая, что система ценностей у них уже существует, но подвержена влиянию негативных социальных факторов.

Немаловажной причиной повышенного внимания к проблемам формирования ценностных ориентаций со стороны педагогической общественности является отрыв подрастающего поколения от этнических основ воспитания, национальных корней и истоков, а также утрата межпоколенных связей, взаимопонимания и преемственности поколений [Кушхова, Шогенова, 2015; Зеленков, 2023]. Этот тезис подтверждается исследованиями, которые указывают на важность традиционной культуры российского общества в формировании ценностных ориентаций молодежи [Зеленков, 2023]. Семья и образовательная система играют ключевую роль в передаче этих ценностей [Кушхова, Шогенова, 2015]. Кроме того, социологические опросы показывают, что ценностные ориентации формируются в средней школе и закрепляются в вузе, при этом история, культура и доверие к педагогам играют существенную роль.

Поскольку ценности лежат в основе наследования личностью опыта предшествующих поколений, жизни и деятельности личности, являются опорой при разрешении конфликтов поколений [Шнуренко, 2008; Митряшкина, 2015], исследование проблемы формирования ценностных ориентаций представляется особенно значимым. Следует отметить, что ценности играют роль и в других конфликтах, поскольку определяют отношения человека к миру и являются регуляторами поведения в различных ситуациях.

Данная проблема находит отражение на страницах ведущих отечественных научно-педагогических журналов и в зарубежных психолого-педагогических, социологических исследованиях. К их числу относятся исследования ценностей и ценностных ориентаций выпускников школ и студентов в разных регионах России и за рубежом [Борзиева, 2018];

<sup>1</sup> Об утверждении Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года. 2015. Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 № 996-р. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_180402/400951e1bec44b76d470a1deda8b17e988c587d6/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180402/400951e1bec44b76d470a1deda8b17e988c587d6/) (дата обращения: 18.12.2024).

анализ эмпирических исследований по выявлению ценностных ориентаций студенческой молодежи различных направлений подготовки и специальностей [Мастикова, 2013]; изучение ценностных ориентаций малых социальных групп (семья, школа, студенческая группа и др.) и этносов<sup>1</sup> [Шнуренко, 2008; Магомедов и др., 2017; Езиев и др., 2018]. За последние двадцать лет на страницах российских научно-педагогических журналов тема ценностей и ценностных ориентаций поднималась в работах таких авторов, как О.О. Мартыненко, О.А. Коротина [Мартыненко, Коротина, 2016], Г.И. Саганенко, А.Э. Гегер [Саганенко, Гегер, 2016] и др. Охватить проблему изучения общечеловеческих ценностей во всемирном масштабе, на наш взгляд, удалось исследовательскому проекту World Values Survey (WVS), основателем которого является американский социолог Рональд Франклин Инглхарт [Инглхарт, Вельцель, 2011]. Данный проект существует уже более 40 лет и охватывает около 90 % населения в 97 странах мира. В рамках WVS ценности делятся на две большие категории: ценности выживания/самовыражения и традиционные/секулярно-рациональные ценности, – степень их выраженности в различных странах и культурах может варьироваться. Именно эти ценности ложатся в основу формирования ценностных ориентаций у молодого поколения в различных странах и культурах.

Ценностные ориентации являются социально значимым личностным образованием. Они определяют отношения между людьми, характеризуют жизненную позицию личности, выражают избирательность отношения человека к материальным и духовным ценностям и воплощаются в поступках индивида. Иными словами, ценностные ориентации, так же как и нравственные (моральные) и иные нормы, передаются от поколения к поколению в процессе деятельности личности. Они имеют ментальный характер и базируются на духовной культуре личности, в которой одной из основных составляющих выступает культура эстетическая. Нравственная и эстетическая компоненты духовной культуры составляют ее ядро и суть и, по нашему мнению, являются неделимыми, если их рассматривать в качестве личностных образований. Однако сосредоточение на изучении эстетических ценностных ориентаций представляется нам необходимым вследствие частого «западания» этой компоненты в процессе развития современной молодежи. Эстетическое воспитание подрастающего поколения, к сожалению, часто приобретает второстепенный характер (например, предметы художественно-эстетического цикла в процессе общеобразовательной подготовки считаются не главными, второстепенными), что не может привести к высоким результатам процесса формирования ценностных ориентаций и воспитания гармонично развитой личности в целом.

Современные тенденции в системе образования, характеризующиеся недостаточным вниманием к задачам эстетического развития личности, могут негативно сказаться на формировании духовной культуры подрастающего поколения. Данная проблема проявляется в сокращении часов на изучение предметов эстетического цикла, снижении значимости внеурочной деятельности, направленной на приобщение к искусству, и недостаточном внимании к развитию творческих способностей учащихся. По мнению ряда исследователей [Мелик-Пашаев и др., 2009; Флоря и др., 2018], это может привести к обеднению духовного мира молодежи, снижению уровня эстетической воспитанности и утрате интереса к культурному наследию. Именно поэтому так важно формировать эстетические ценностные ориентации личности уже с младшего школьного возраста. И процесс этот должен осуществлять подготовленный, квалифицированный, компетентный специалист, педагог. «Размывание духовных ориентиров в обществе делает особенно

---

<sup>1</sup> Ценностные ориентации современной молодежи. 2021. Аналитический обзор результатов международных и российских исследований. ЦИРКОН, 30.09.2021. URL: <https://www.zircon.ru/upload/iblock/aab/tsennostnye-orientatsii-sovremennoy-molodezhi-analiticheskiy-obzor.pdf> (дата обращения: 19.12.2024)



значимой личностью учителя, его нравственную и социальную позицию, его отношение к окружающему миру, к людям, к социальным идеям, к реализации своего духовного и профессионального потенциала», – отмечает в своих исследованиях А.В. Репринцев [Русский мир..., 2015].

Эстетические ценностные ориентации являются результатом присвоения личностью эстетических ценностей, объективно существующих и функционирующих в сознании индивида [Бабаян, 2006]. Эстетические ценности, как и любые другие, не формируются спонтанно, они усваиваются личностью в процессе целенаправленного развития и образования. Этот процесс предполагает активное взаимодействие с культурной средой, осмысление художественных произведений и развитие эстетического вкуса. Только в этом случае эстетические ценности становятся осознанными ориентирами в жизни человека, определяющими его предпочтения, оценки и поведение, что становится возможным в рамках педагогического процесса, где создаются условия для приобщения к искусству, развития творческих способностей и формирования эстетического сознания. Эстетические ценностные ориентации являются неотъемлемой частью системы ценностных ориентаций личности, формирование и функционирование которых зависит от особенностей структуры эстетического сознания и эстетического освоения действительности.

В рамках нашего исследования мы рассматриваем преимущественно личностные ценности (а не социальные или культурные). Данный подход обусловлен тем, что, подвергаясь эстетической оценке, общечеловеческие ценности становятся значимыми для самой личности, тем самым приобретая статус личностных эстетических ценностных ориентаций.

Каковы же ценностные ориентации современной студенческой молодежи? Многие ученые (Е.П. Белозерцев, А.В. Репринцев, И.Е. Булатников, В.И. Новикова, Е.К. Казарина-Волшебная, И.Г. Комиссарова, В.Н. Турченко и др.), занимающиеся исследованием ценностей и ценностных ориентаций подрастающего поколения приходят к выводам о том, что в молодежной среде преобладает ориентация на удовлетворение сиюминутных потребностей, меркантилизм, стремление к материальным благам, и отсутствуют нравственные и духовные ориентиры, тяга к искусству [Казарина-Волшебная и др., 2012, с. 123]. Так, например, в статье О.О. Мартыненко и О.А. Коротинной [Мартыненко, Коротина, 2016] отмечается, что среди основных ценностей сегодняшних студентов преобладают гедонистические, материальные и семейные ценности, в то время как нравственные, этические и эстетические ценности теряют значимость в жизни будущих специалистов. Н.В. Шувалова и Н.В. Корепанова отмечают, что ведущими ценностями современной студенческой молодежи выступают духовное общение, здоровье, любовь и отношения, познание, что отражает стремление к самореализации, главенство материального над духовным [Шувалова, Корепанова, 2022].

Изучение вопросов формирования эстетических ценностных ориентаций студентов педагогических специальностей имеет особую значимость как для понимания проблем в области образования, так и для определения образовательных ориентиров в сфере подготовки высококвалифицированных кадров<sup>1</sup> [Цхадая, 2018]. Будущих педагогов начального образования следует воспринимать как особую социальную группу, на плечи которой ложится обучение и воспитание молодого поколения России. Успешность обучения младшего школьника зависит от профессиональной готовности педагога начального образования, владения различными методиками и технологиями обучения, ориентации на успех и мотивации учебной деятельности и др. Говоря об успешности процесса воспитания младших школьников, стоит подчеркнуть значимость личностных

<sup>1</sup> Об образовании в Российской Федерации. 2012. Федеральный закон с изм. и допол. в ред. от 28.12.2024. Принят Государственной Думой 21.12.2012 № 273-ФЗ. Одобрен Советом Федерации 26.12.2012. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения: 18.12.2024).

качеств учителя начального образования. Понимание и транслирование ценностей невозможно без богатого духовного мира учителя, высокого уровня сформированности у него эстетических ценностных ориентаций, нравственной чистоты и высокого интеллектуального потенциала. Портрет выпускника начальной школы включает такие личностные характеристики, как любовь и уважение к своему народу, своему краю и своей Родине; уважение ценности семьи и общества; доброжелательность, умение слушать и слышать собеседника; уважение своей культуры и духовных традиций; осознание и принятие ценности человеческой жизни, семьи, гражданского общества, многонационального российского народа, человечества; уважение других людей и др.<sup>1</sup> Сформированность выделенных Федеральным государственным образовательным стандартом начального общего образования личностных качеств ученика начальной школы оказывается невозможной без высокого уровня сформированности эстетических и нравственных ценностных ориентаций самого учителя начальной школы.

Таким образом, ценностные ориентации играют ключевую роль в формировании личности и ее взаимодействии с окружающим миром. В современных условиях наблюдается явное «западание» эстетических ценностных ориентаций среди молодежи, что требует внимания научного сообщества и образовательных учреждений.

Существующий недостаток в исследованиях касается отсутствия должного внимания формированию эстетических ценностных ориентаций в контексте подготовки будущих педагогов начального образования. В то время как многие ученые [Казарина-Волшебная и др., 2012; Кушхова, Шогенова, 2015; Магомедов и др., 2017; Борзиева, 2018; Зеленков, 2023] акцентируют внимание на материальных и гедонистических ценностях, эстетические компоненты остаются недооцененными. Это создает пробел в понимании того, как именно эстетическое воспитание может влиять на формирование гармоничной личности педагога и его способности к духовному развитию подрастающего поколения, что подчеркивает актуальность определения уровней сформированности эстетических ценностных ориентаций у будущих педагогов начального образования, как цели данного исследования.

Целью данного исследования является определение уровня сформированности эстетических ценностных ориентаций будущих педагогов начального образования.

### **Материалы и методы исследования**

Исследование проводилось на базе кафедры теории, педагогики и методики начального образования и изобразительного искусства Белгородского государственного национального исследовательского университета в 2024 году. В эксперименте приняло участие 199 студентов бакалавриата, обучающихся на 1–5-х курсах; 51 обучающийся – студенты первого курса, что составило 25,6 % от общего числа респондентов; 31 (15,6 %) человек – студенты второго курса; обучающихся третьего курса – 46 (23,1 %) человек; 33 (16,6 %) обучающихся – бакалавры четвертого курса; пятикурсники – 38 (19,1 %) человек. Студенты обучаются по направлению подготовки «Педагогическое образование» по двум профилям: дошкольное и начальное образование – 53,3 % (106 чел.), начальное образование и информатика – 46,7 % (93 чел.).

Диагностика уровня сформированности эстетических ценностных ориентаций обучающихся осуществлялась в соответствии со следующими критериями:

– мотивационный, позволяющий выявить направленность обучающегося на профессиональную деятельность, в ходе которой он будет осуществлять в том числе художественно-эстетическое развитие ребенка, учитывать специфику его личности в

---

<sup>1</sup> Об образовании в Российской Федерации. 2012. Федеральный закон с изм. и допол. в ред. от 28.12.2024. Принят Государственной Думой 21.12.2012 № 273-ФЗ. Одобрен Советом Федерации 26.12.2012. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения: 18.12.2024).

соответствии с возрастными и индивидуальными особенностями развития, организовывать соответствующую моменту эстетизированную образовательную среду;

– когнитивный, позволяющий выявить уровень сформированности эстетических знаний будущих педагогов в области художественной педагогики и народной художественной культуры (искусства) как необходимых специфических областей содержания образования;

– чувственно-эмоциональный, направленный на выявление уровня сформированности эстетического отношения к окружающему и в первую очередь к произведениям искусства, культуры, литературы, народного творчества и др.

Для диагностики уровня сформированности эстетических ценностных ориентаций обучающихся использовались следующие методы: анкетирование, тестирование, диагностическая методика «Описание предмета» (А.А. Мелик-Пашаев, З.Н. Новлянская и др.), метод математической обработки данных.

Анкетирование носило комплексный характер. Разделы анкеты были направлены на выявление уровня сформированности эстетических ценностных ориентаций у обучающихся по первым двум критериям (мотивационный и когнитивный критерии). Анкета, с помощью которой проходило исследование, состояла из вопросов закрытого типа (1 блок) и открытого типа (2 блок), и включала следующие разделы, соответствующие вышеозначенным критериям:

– изучение мотивации профессиональной деятельности (на основе методики Р.В. Овчаровой «Мотивы выбора профессии»);

– оценка уровня сформированности эстетических знаний в области народной художественной культуры (опросник, составленный на основе дисциплины «Региональный опыт эстетического воспитания младших школьников» для обучающихся по направлению подготовки Педагогическое образование, профиль Начальное образование).

Первый блок анкеты позволил выявить особенности мотивации выбора будущей профессии. Это позволило выявить исходный уровень сформированности профессиональных компетенций будущих учителей начальных классов, который является необходимой основой для эффективной работы по формированию эстетических ценностных ориентаций у младших школьников. Внутренние мотивы выбора отражают потребности самого человека, его удовлетворенность от работы и значимость для общества. Внешняя мотивация характеризует материальную удовлетворенность от выполняемой работы, карьерный рост и другие социальные стимулы.

Выявление уровня сформированности эстетических знаний у обучающихся проводилось нами в ходе преподавания дисциплин художественно-эстетического цикла («Теоретические основы художественно-эстетического образования детей», «Методика преподавания технологии с практикумом», «Методика преподавания изобразительного искусства с практикумом», дисциплины по выбору «Региональный опыт эстетического воспитания младших школьников» (профиль подготовки «Начальное образование») и под.) в связи с соответствием содержания таких дисциплин контексту нашего исследования. Исследование обучающихся осуществлялось с помощью опросника, состоящего из 10 вопросов, сформулированных в соответствии с содержанием дисциплин, ответы на которые оценивались следующим образом: низкий уровень – студент не может дать ответа на поставленные вопросы; средний – студент дает краткий ответ или с опорой на подсказку анкетировавшего; высокий – студент дает полный и развернутый ответ на вопрос.

В дополнение к анкетированию по этому блоку нами проводилось тестирование обучающихся с использованием тестовых заданий из фонда оценочных средств дисциплин, учебно-методические комплексы которых размещены в системе электронного обучения НИУ «БелГУ» «Пегас».

Оценка уровня сформированности эстетического отношения к произведениям искусства и явлениям действительности в соответствии с чувственно-эмоциональным

критерием производилась с помощью диагностической методики «Описание предмета» (А.А. Мелик-Пашаев, З.Н. Новлянская и др.). Будущим педагогам необходимо было внимательно рассмотреть предмет народного искусства и рассказать все, что он о нем знает. Главными показателями, по которым оценивались ответы студентов, были следующие:

- особое внимание к признакам представленного предмета;
- выразительность описания;
- заинтересованность в представленном предмете, чувственный облик изделия

[Мелик-Пашаев и др., 2009, с. 68].

Каждый из представленных показателей оценивался по шкале от 0 до 4 баллов: 4 балла – высокая выраженность, 3 – средняя выраженность, 2 – низкая выраженность, 1 – отсутствие выраженности качества предмета, 0 – наделение предмета отрицательным значением. В соответствии с количественными показателями выделяются уровни выполнения задания: 1 уровень – низкий (0–4 балла); 2 уровень – ниже среднего (5–8 баллов); 3 уровень – средний (9–12 баллов), 4 уровень – высокий (13–16 баллов). Анализ высказываний обучающихся фиксировался в бланках ответа и анализировался экспертом.

### Результаты и обсуждение

При анализе ответов респондентов на вопросы первого блока анкеты, направленному на выявление уровня мотивации выбора будущей профессии, мы можем констатировать, что у студентов первого курса ярко выраженными являются внешние положительные мотивы – 45,1 % обучающихся, и внешние социально значимые мотивы – 21,6 % обучающихся; на втором и третьем курсах обучения несколько меняются мотивы к педагогической деятельности, на первое место становятся социально значимые мотивы (33,4 %), на второе – индивидуально значимые мотивы (31,2 %); а к концу обучения (четвертый и пятый курсы) внутренние индивидуально значимые мотивы выходят на первый план – 41,5 %, на втором месте (27,1 %) – внутренние социально значимые мотивы.

Данная динамика в изменении мотивов может быть обусловлена несколькими факторами. На начальном этапе обучения, на первом курсе, студенты часто ориентируются на внешние факторы, такие как перспективы трудоустройства и уровень заработной платы, связанные с будущей профессией. Однако, как показывает практика и свидетельствуют данные территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области на период 2024 года, в среднем по Белгородскому региону зарплата молодого специалиста не превышает 31 000 рублей, а средняя заработная плата по Белгородской области составляет 36 000 рублей. Уже ко второму году обучения мотивы меняются на социально значимые – те, которые удовлетворяют потребность в руководстве обучающимися. Но, принимая во внимание специфику современного образования, где ученик все чаще выступает не в качестве объекта, а в качестве субъекта образовательного процесса, к концу обучения будущие педагоги дошкольного и начального образования приобретают новые мотивы профессиональной деятельности – внутренние индивидуально значимые. Именно такая разновидность мотивации отвечает за нравственную, этическую, а также эстетическую составляющую деятельности обучающегося в рамках будущей профессии.

Результаты исследования по второму блоку анкеты и тестирования в системе электронного обучения НИУ «БелГУ» «Пегас» были следующие: на 1–2 курсах студенты показали преимущественно средний уровень сформированности эстетических знаний (64,2 %), высокий уровень – 35,8 % обучающихся. На 3 курсе показатель улучшается, но незначительно: средний уровень – 59,1 %, высокий уровень – 40,9 % обучающихся; на 4 и 5 курсах студенты продемонстрировали более высокие результаты: средний уровень сформированности эстетических знаний – 43,6 %, высокий уровень – 56,4 % обучающихся.

Результаты исследования обучающихся с помощью диагностической методики «Описание предмета» были следующие. Студенты первого курса распределились в



соответствии с тремя уровнями: ниже среднего – 3,9 %, средний уровень – 35,3 %, высокий уровень – 60,8 %; студенты 2–5 курсов показали относительно одинаковый результат – средний уровень – 29 %, высокий уровень – 71 %. В начале обучения студенты не дают полных, развернутых, эстетически и эмоционально окрашенных описаний, но уже на втором году обучения высказывания будущих педагогов значительно отличаются, приобретая эмоциональную и эстетическую окраску, развернутую форму, образность, индивидуальность.

Обобщая полученные результаты исследования, можно заключить, что процесс обучения в педагогическом вузе оказывает существенное влияние на формирование профессиональной мотивации и развитие эстетических компетенций будущих педагогов. Наблюдается закономерный переход от внешней мотивации, связанной с материальными стимулами и социальным одобрением, к внутренней, основанной на личностной значимости и профессиональном интересе. Одновременно с этим происходит повышение уровня эстетических знаний и развитие способности к образному восприятию и описанию, что свидетельствует об успешном развитии эстетической культуры будущих педагогов. Результаты данного исследования находят подтверждение в работах Н.В. Шуваловой, Н.В. Корепановой, М.Ю. Зеленкова, М.И. Камаловой: действительно, обучение в педагогическом вузе оказывает влияние на формирование профессиональной мотивации и развитие эстетических ценностных ориентаций будущих педагогов.

Положительные изменения по уровням сформированности эстетических ценностных ориентаций у студентов, отраженные в нашем исследовании, позволяют сделать вывод, что целенаправленная образовательная деятельность в вузе способствует подготовке компетентных специалистов, способных не только передавать знания, но и формировать эстетические ценности у подрастающего поколения. Представленные результаты свидетельствуют о позитивной динамике в формировании мотивации выбора профессии и развитии эстетических знаний и способностей у будущих педагогов в процессе обучения. Однако необходимо учитывать, что на формирование мотивации и эстетических знаний влияют различные факторы, включая индивидуальные особенности студентов, образовательную среду и организацию учебного процесса.

### Заключение

Ценности, определяющие ориентиры и убеждения, в жизни каждого человека имеют важное значение как в личностном плане, так и в профессиональном. Значимым является сформированность тех ценностных ориентаций, установок, которые необходимы для конкретной, выбранной личностью, сферы деятельности. Формирование эстетических ценностных ориентаций является неотъемлемой частью процесса становления личности, который начинается в детском возрасте. Успешное формирование эстетических ценностных ориентаций у детей во многом зависит от личности учителя, его собственной системы ценностей и развитого эстетического вкуса. Если будущий педагог не обладает сформированными эстетическими ценностными ориентациями, ему будет сложно эффективно организовывать образовательный процесс, направленный на развитие эстетического восприятия и формирование ценностного отношения к искусству у своих учеников. Поэтому при обучении будущих педагогов начального образования необходимо уделять особое внимание их подготовке к передаче эстетических ценностных ориентаций подрастающему поколению.

В данной работе мы исследовали уровень сформированности эстетических ценностных ориентаций у студентов, готовящихся к профессии педагогов начальной школы. В процессе обучения в педагогическом вузе у будущих педагогов начального образования происходят значимые изменения в профессиональном становлении, затрагивающие их мотивацию и знания. Несмотря на положительную динамику в мотивации и уровне эстетических знаний, выявленную в ходе нашего исследования, важно

отметить, что формирование эстетических ценностных ориентаций – это сложный и многогранный процесс. Ориентация первокурсников на внешние факторы, такие как общественное признание и материальные преимущества, указывает на необходимость целенаправленной работы по формированию внутренней мотивации и осознанного подхода к выбору профессии. Хотя к четвертому и пятому курсам внутренние индивидуально значимые мотивы становятся доминирующими, это не означает, что все проблемы в формировании эстетических ценностных ориентаций полностью решены. Результаты других исследований, как было отмечено ранее, указывают на наличие гедонистических устремлений и ориентацию на личное благополучие у части студентов, что может противоречить высоким идеалам педагогической деятельности. Позитивная динамика в уровне эстетических знаний, безусловно, является важным фактором, однако знания сами по себе не гарантируют сформированности ценностных ориентаций. Важно, чтобы эти знания были интегрированы в систему личных убеждений и стали основой для профессиональной деятельности.

Таким образом, наше исследование подчеркивает важность целенаправленной работы по формированию эстетических ценностных ориентаций у студентов педагогических специальностей в рамках образовательного процесса вуза. Позитивная динамика в изменении профессиональной мотивации, проявляющаяся в переходе от внешних стимулов к внутренним убеждениям, и рост уровня эстетических знаний свидетельствуют об эффективности применяемых педагогических подходов и методов. Это необходимо для подготовки высококвалифицированных специалистов, способных не только передавать знания, но и формировать эстетические ценности и воспитывать гармонично развитое поколение.

В наших дальнейших исследованиях мы планируем акцентировать внимание не только на учебной, но и на воспитательной стороне педагогического процесса в вузе, а также на таких аспектах эстетического образования студентов, как музейная педагогика, арт-педагогика, и на таких формах работы, которые помогают расширять эстетическое пространство и насыщать эстетическую среду студентов – социальное партнерство с учреждениями культуры и образования, общественными организациями, экскурсии, тематические исследовательские проекты и др.

### Список литературы

- Бабаян А.Г. 2006. Формирование эстетических ценностных ориентаций младших школьников в учебно-воспитательном процессе. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Москва, 24 с.
- Борзиева З.М. 2018. Ценностные ориентации современной молодежи. *Молодой ученый*, 52(238): 247–248.
- Верейкина С.Н. 2017. Особенности формирования ценностных ориентаций студентов-первокурсников в процессе киберсоциализации. *Homo Cyberus*, 1(2): 67–76. URL: [http://journal.homocyberus.ru/Verejkina\\_S\\_Osobennosti\\_formirovaniya\\_cennostnyh\\_orientacij\\_studentov-pervokursnikov\\_v\\_processe\\_kibersocializacii](http://journal.homocyberus.ru/Verejkina_S_Osobennosti_formirovaniya_cennostnyh_orientacij_studentov-pervokursnikov_v_processe_kibersocializacii) (дата обращения: 19.12.2024).
- Езиев А.М., Накохова Д.Х., Напсо М.Д. 2018. Социально-психологические особенности современной молодежи. *Педагогика*, 10: 70–75.
- Зеленков М.Ю. 2023. Особенности формирования ценностных ориентаций современной молодежи России. *Конфликтология / Nota Bene*, 4: 47–61. DOI: [10.7256/2454-0617.2023.4.68992](https://doi.org/10.7256/2454-0617.2023.4.68992)
- Инглхарт Р., Вельцель К. 2011. Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития. Пер. с англ. М. Коробочкин. Москва, Новое издательство, 462 с. (Inglehart R., Welzel C. 2005. *Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence*. New York, Cambridge University Press, 333 p.)
- Казарина-Волшебная Е.К., Комиссарова И.Г., Турченко В.Н. 2012. Парадоксы трансформации ценностных ориентаций российской молодежи. *Социологические исследования*, 6: 121–126.



- Камалова М.И. 2024. Ценностные ориентации современной российской молодежи: публичная политика как пространство формирования. Москва, ИНФРА-М, 171 с.
- Кушхова К.А., Шогенова Ф.З. 2015. Ценностные ориентации современной молодежи: особенности и тенденции. *Современные проблемы науки и образования*, 1(1). URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=18253> (дата обращения: 19.12.2024).
- Магомедов П.Ш., Чанакаев Г.М., Сайбулаева Д.Г. 2017. Индивидуальные ценности россиян в сравнительных исследованиях. *Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Психолого-педагогические науки*, 11(4): 10–17.
- Мартыненко О.О., Коротина О.А. 2016. Ценностные ориентации студенческой молодежи. *Высшее образование в России*, 8–9(204): 22–29.
- Мастикова Н.С. 2013. Ценности россиян и жителей европейских стран-лидеров (по данным Европейского социального исследования). *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 6: 144–152. URL: <https://monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/1511> (дата обращения: 19.12.2024).
- Мелик-Пашаев А.А., Адашкина А.А., Кудина Г.Н., Новлянская З.Н., Чубук Н.Ф. 2009. Методики исследования и проблемы диагностики художественно-творческого развития детей. Дубна, Феникс+. 272 с.
- Митряшкина Н.В. 2015. Ценностные отношения в семье как объект психологического анализа. *Журнал практической психологии и психоанализа*, 4: 8. URL: <https://psyjournal.ru/articles/cennostnye-otnosheniya-v-seme-kak-obekt-psihologicheskogo-analiza> (дата обращения: 19.12.2024).
- Мясникова Л.А., Шлегель Е.В. 2020. Трансформация межпоколенческих ценностей и механизмов их передачи. *Вестник Челябинского государственного университета. Философские науки*, 5(439)(56): 59–67. DOI: [10.24411/1994-2796-2020-10508](https://doi.org/10.24411/1994-2796-2020-10508)
- Русский мир и русское образование в условиях глобализации культуры. Перечитывая философско-педагогическую антропологию Е.П. Белозерцева. К 75-летию профессора Е.П. Белозерцева. 2015 Под ред. И.Е. Булатникова, А.В. Репринцева. Москва, АИРО-XXI, 368 с.
- Саганенко Г.И., Гегер А.Э. 2016. Сравнение ценностных ориентаций студентов на интервале в 10 лет: вопросы методологии и результаты. *Высшее образование в России*, 12(207): 22–33.
- Флоря В.М., Волкова О.А., Кравцова Л.А. 2018. Ценностно-компетентностная синергия в проектировании и реализации вузовских образовательных программ. *Высшее образование в России*, 27(3): 113–119.
- Цхадая Н.Д. 2018. Ценности в стратегическом управлении современным российским университетом. *Высшее образование в России*, 27(3): 105–112.
- Шнуренко Т.И. 2008. Особенности ценностных ориентаций младшей, средней и старшей поколенных групп. *Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Социокинетика*, 14(3): 175–179.
- Шувалова Н.В., Корепанова Н.В. 2022. Исследование ценностных ориентаций студенческой молодежи как фактора личностного роста. *Педагогика и психология образования*, 3: 219–231. DOI: [10.31862/2500-297X-2022-3-219-231](https://doi.org/10.31862/2500-297X-2022-3-219-231)
- Юревич А.В. 2016. Нравственное состояние современного российского общества: эмпирические оценки. *Вопросы психологии*, 6: 49–62.
- Юревич А.В. 2018. Эмпирические оценки нравственного состояния современного российского общества. *Ярославский педагогический вестник*, 4: 168–179. DOI: [10.24411/1813-145X-2018-10111](https://doi.org/10.24411/1813-145X-2018-10111)

## References

- Babayan A.G. 2006. Formirovanie esteticheskikh tsennostnykh orientatsii mladshikh shkol'nikov v uchebno-vospitatel'nom protsesse [Formation of aesthetic value orientations of primary school students in the educational process]. Abstract ... Cand. Pedagog. Sciences. Moscow, 24 p.
- Borzieva Z.M. 2018. Tsennostnye orientatsii sovremennoi molodezhi [Value orientations of modern youth]. *Young Scientist*, 52(238): 247–248.
- Vereikina S.N. 2017. Osobennosti formirovaniya tsennostnykh orientatsii studentov-pervokursnikov v protsesse kibersotsializatsii [Features of the formation of value orientations of first-year students in the process of cybersocialization]. *Homo Cyberus*, 1(2): 67–76. URL: <http://journal.>

[homocyberus.ru/Verejkina S Osobennosti formirovaniya cennostnyh orientacij studentov-pervokursnikov v processe kibersocializacii](http://homocyberus.ru/Verejkina_S_Osobennosti_formirovaniya_cennostnyh_orientacij_studentov-pervokursnikov_v_processe_kibersocializacii) (accessed: December 19, 2024)

- Eziev A.M., Nakokhova D.Kh., Napso M.D. 2018. Social and psychological peculiarities of modern youth. *Pedagogics*, 10: 70–75 (in Russian).
- Zelenkov M.Yu. 2023. Osobennosti formirovaniya tsennostnykh orientatsii sovremennoi molodezhi Rossii [Features of the formation of value orientations of modern youth in Russia]. *Konfliktologiya / Nota Bene*, 4: 47–61. DOI: [10.7256/2454-0617.2023.4.68992](https://doi.org/10.7256/2454-0617.2023.4.68992)
- Inglkhart R., Vel'tsel' K. 2011. Modernizatsiya, kul'turnye izmeneniya i demokratiya: posledovatel'nost' chelovecheskogo razvitiya [Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence]. Trans. from English. M. Korobochkin. Moscow, Publ. Novoe izdatel'stvo, 462 p. (Inglehart R., Welzel C. 2005. *Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence*. New York, Cambridge University Press, 333 p.)
- Kazarina-Volshebnyaya E.K., Komissarova I.G., Turchenko V.N. 2012. Paradoksy transformatsii tsennostnykh orientatsii rossiiskoi molodezhi [Paradoxes of the transformation of value orientations of Russian youth]. *Sociological Studies*, 6: 121–126.
- Kamalova M.I. 2024. Tsennostnye orientatsii sovremennoi rossiiskoi molodezhi: publichnaya politika kak prostranstvo formirovaniya [Value orientations of modern Russian youth: public policy as a space of formation]. Moscow, Publ. INFRA-M, 171 p.
- Kushkhova K.A., Shogenova F.Z. 2015. Tsennostnye orientatsii sovremennoi molodezhi: osobennosti i tendentsii [Value orientations of modern youth: features and trends.]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*, 1(1). URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=18253> (accessed: December 19, 2024).
- Magomedov P.Sh., Chanakaev G.M., Saybulaeva D.G. 2017. Individual Values of Russians in Comparative Studies. *Dagestan State Pedagogical University. Journal. Psychological and Pedagogical Sciences*, 11(4): 10–17 (in Russian).
- Martynenko O.O., Korotina O.A. 2016. Vladivostok Students' Value System. *Higher Education in Russia*, 8–9(204): 22–29 (in Russian).
- Mastikova N.S. 2013. Values of russians and residents of the leading european countries (based on the european social survey data). *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 6: 144–152 (in Russian). URL: <https://monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/1511> (accessed: December 19, 2024).
- Melik-Pashaev A.A., Adaskina A.A., Kudina G.N., Novlyanskaya Z.N., Chubuk N.F. 2009. Metodiki issledovaniya i problemy diagnostiki khudozhestvenno-tvorcheskogo razvitiya detei [Research methods and problems of diagnostics of artistic and creative development of children]. Dubna, Publ. Feniks+. 272 p.
- Mitryashkina N.V. 2015. Value Family Relationships as an Object of Psychological Analysis. *Zhurnal prakticheskoi psikhologii i psikhoanaliza*, 4: 8. URL: <https://psyjournal.ru/articles/cennostnye-otnosheniya-v-seme-kak-obekt-psihologicheskogo-analiza> (accessed: December 19, 2024).
- Myasnikova L.A., Shlegel E.V. 2020. Transformation of intergenerational values and mechanisms of their transfer. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Philosophy Sciences*, 5(439)(56): 59–67 (in Russian). DOI: [10.24411/1994-2796-2020-10508](https://doi.org/10.24411/1994-2796-2020-10508)
- Russkii mir i russkoe obrazovanie v usloviyakh globalizatsii kul'tury. Perechityvaya filosofsko-pedagogicheskuyu antropologiyu E.P. Belozertseva. K 75-letiyu professora E.P. Belozertseva [The Russian World and Russian Education in the Context of Cultural Globalization. Rereading the Philosophical and Pedagogical Anthropology of E.P. Belozertsev]. 2015. Eds. I.E. Bulatnikov, A.V. Reprintsev. Moscow, Publ. AIRO-XXI, 368 p.
- Saganenko G.I. Geger A.E. 2016. Comparison of Value Orientations of Students in the 10NYear Time Interval: Methodology and Results. *Higher Education in Russia*, 12(207): 22–33 (in Russian).
- Florea V.M., Volkova O.A., Kravtsova L.A. 2018. Value-Competence Based Synergy in the Design and Implementation of University Educational Programs. *Higher Education in Russia*, 27(3): 113–119 (in Russian).
- Tskhadaya N.D. 2018. Values in the Strategic Management of a Modern Russian University. *Higher Education in Russia*, 27(3): 105–112 (in Russian).
- Shnurenko T.I. 2008. Osobennosti tsennostnykh orientatsii mladshei, srednei i starshei pokolennykh grupp [Features of value orientations of younger, middle and older generation groups]. *Vestnik*



- Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya. Sotsial'naya rabota. Sotsiokinetika*, 14(3): 175–179.
- Shuvalova N.V., Korepanova N.V. 2022. Study of value orientations of student youth as a factor of personal growth. *Pedagogy and Psychology of Education*, 3: 219–231 (in Russian). DOI: [10.31862/2500-297X-2022-3-219-231](https://doi.org/10.31862/2500-297X-2022-3-219-231)
- Yurevich A.V. 2016. Nравственное состояние современного российского общества: эмпирические оценки [The moral state of modern Russian society: empirical assessments]. *Voprosy psikhologii*, 6: 49–62.
- Yurevich A.V. 2018. Empirical Estimates of Modern Russian Society's Morals. *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, 4: 168–179 (in Russian). DOI: [10.24411/1813-145X-2018-10111](https://doi.org/10.24411/1813-145X-2018-10111)

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.  
**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 20.12.2024

Received December 20, 2024

Поступила после рецензирования 20.02.2025

Revised February 20, 2025

Принята к публикации 10.03.2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Ильинская Ирина Петровна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

**Irina P. Iinskaya**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Pedagogy, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

**Болгова Анастасия Витальевна**, старший преподаватель кафедры теории, педагогики и методики начального образования и изобразительного искусства, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

**Anastasiya V. Bolgova**, Senior Lecturer at the Department of Theory, Pedagogy, and Methods of Primary Education and Fine Arts, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

УДК 37.037.1

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-99-109

## Развитие педагогических взглядов П.Ф. Лесгафта на проблему воспитания здорового человека

<sup>1</sup> Ирхин В.Н., <sup>2</sup> Ирхина И.В., <sup>2</sup> Макотрова Г.В.

<sup>1</sup> Национальный государственный Университет  
физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта  
Россия, 190124, г. Санкт-Петербург, ул. Декабристов, д. 35

<sup>2</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85

[irhin@bsuedu.ru](mailto:irhin@bsuedu.ru), [irhina@bsuedu.ru](mailto:irhina@bsuedu.ru), [makotrova@bsuedu.ru](mailto:makotrova@bsuedu.ru)

**Аннотация.** Изучение прогрессивных идей мыслителей прошлого, к числу которых относится выдающийся отечественный ученый, педагог и общественный деятель П.Ф. Лесгафт, является залогом успешного развития современной педагогики здоровья в России, вписывается в контекст сохранения национальных ценностей нашей страны. Однако педагогические взгляды П.Ф. Лесгафта на проблему воспитания здорового человека остаются недостаточно изученными. Цель исследования заключается в том, чтобы раскрыть генезис развития педагогических взглядов П.Ф. Лесгафта на проблему воспитания здорового человека. В процессе исследования определены три условных этапа: первый – естественно-научный период (1856–1872 гг.) как предпосылка становления его педагогических взглядов на проблему воспитания здорового человека; второй – (1872 – 1880) – систематизация и становление исследуемых педагогических идей П.Ф. Лесгафта; третий – (1880–1909 гг.) – дальнейшее развития педагогических взглядов и создание целостной концепции воспитания здорового человека. Сделан вывод о том, что разработанная П.Ф. Лесгафтом концепция воспитания здорового человека, основанная на идее всестороннего и гармонического развития, положениях гуманистической педагогики, антропологическом принципе целостности человека, обладает потенциалом развития в современных условиях актуализации антрополого-гуманистической образовательной парадигмы.

**Ключевые слова:** генезис педагогических взглядов П.Ф. Лесгафта, этапы развития, воспитание здорового человека

**Для цитирования:** Ирхин В.Н., Ирхина И.В., Макотрова Г.В. 2025. Развитие педагогических взглядов П.Ф. Лесгафта на проблему воспитания здорового человека. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 99–109. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-99-109

## The Development of P.F. Lesgaft's Pedagogical Views on the Problem of Raising a Healthy Person

<sup>1</sup> Vladimir N. Irkhin, <sup>2</sup> Irina V. Irkhina, <sup>2</sup> Galina V. Makotrova

<sup>1</sup> Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health  
35 Decembristov St, St. Petersburg 190124, Russia

<sup>2</sup> Belgorod State National Research University,  
85 Pobedy St, Belgorod 308015, Russia

[irhin@bsuedu.ru](mailto:irhin@bsuedu.ru), [irhina@bsuedu.ru](mailto:irhina@bsuedu.ru), [makotrova@bsuedu.ru](mailto:makotrova@bsuedu.ru)

**Abstract.** The study of the progressive ideas of thinkers of the past, including an outstanding domestic scientist, teacher and public figure P.F. Lesgaft, is the key to the successful development of modern health pedagogy in Russia, and fits into the context of preserving the national values of our country. However,



the pedagogical views of P.F. Lesgaft on the problem of raising a healthy person remain insufficiently studied. The purpose of the study is to reveal the genesis of the development of P.F. Lesgaft's pedagogical views on the problem of raising a healthy person. In the process of research, three conditional stages were identified: the first is the natural-scientific period (1856-1872) as a prerequisite for the formation of his pedagogical views on the problem of raising a healthy person; the second one – (1872-1880) – the systematization and formation of the studied pedagogical ideas of P.F. Lesgaft; the third – (1880-1909) – further development of pedagogical views and the creation of a holistic concept of educating a healthy person. It was concluded that the concept of raising a healthy person developed by P.F. Lesgaft, based on the idea of comprehensive and harmonic development, the provisions of humanistic pedagogy, and the anthropological principle of human integrity, has the potential to develop in modern conditions, when the anthropological-humanistic educational paradigm is actualized.

**Keywords:** the genesis of P.F. Lesgaft's pedagogical views, stages of development, upbringing of a healthy person

**For citation:** Irkhin V.N., Irkhina I.V., Makotrova G.V. 2025. The development of P.F. Lesgaft's Pedagogical Views on the Problem of Raising a Healthy Person. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 99–109 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-99-109

## Введение

На новом витке развития педагогической науки и практики с учётом достижений современной философии, психологии, физиологии происходит возвращение к прогрессивным идеям и принципам мыслителей прошлого, к числу которых относится П.Ф. Лесгафт. Такое исследование необходимо для правильного осмысления и использования научного наследия Петра Францевича, особенно в сфере педагогики здоровья [Лесгафт, 1872, 1893, 1944]. Кроме того, творчество П.Ф. Лесгафта как педагога, анатома и врача, одного из основоположников гигиены и врачебно-педагогического контроля, выдающегося общественного деятеля дореволюционной России, представляет несомненный научный педагогический интерес. Его педагогическое наследие является, по сути, национальным достоянием нашей страны, что особенно актуально в связи с Указом Президента РФ № 809 от 9 ноября 2022 г. «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [Об утверждении основ..., 2022].

Первой попыткой систематизировать наследие П.Ф. Лесгафта стало издание сборника «Памяти Петра Францевича Лесгафта» под редакцией Совета Санкт-Петербургской биологической лаборатории П.Ф. Лесгафта в 1912 году. Авторы опубликовали архивные материалы, статьи работы П. Ф. Лесгафта, воспоминания о нем [Памяти Петра ..., 1912]. В настоящее время в научной литературе раскрыты различные стороны педагогического наследия Петра Францевича, связанные с вопросами теории и практики физической культуры [Равкин, 1970; Корнетов, 1995]. Изучению взглядов П.Ф. Лесгафта по анатомии и педагогической психологии посвящают свои исследования Б.А. Никитюк, А.А. Гладышева, А.Я. Шалимов и др. [Шалимов, 1978; Никитюк, 1996]. Достаточно полно раскрыты педагогические идеи ученого, связанные с воспитанием воли [Суровцева, 1947], с семейным воспитанием ребенка [Медынский, 1950]. идеи о физическом воспитании [Федотов, 2013]. Истории жизни и деятельности П.Ф. Лесгафта посвящена книга В.А. Таймазова, Ю.Ф. Курамшина, А.Т. Марьяновича [Таймазов и др., 2006].

Изучению педагогической концепции П. Ф. Лесгафта с позиции антропологического и гуманистического подходов уделяется внимание в диссертационных исследованиях Е.П. Воробьевой, О.И. Пановой [Воробьева, 2000; Панова, 2007].

Философско-мировоззренческие и методические взгляды учёного раскрываются в исследованиях Б.С. Самотника, П.А. Рудик, Е.Ю. Зеликсона, Г.Д. Харабуги, В.В. Гориневского, Ф.П. Шувалова [Шувалов, 1969] и др. Значимость идеи совершенствования личности

в наследии П.Ф. Лесгафта раскрыта в диссертационном исследовании Т.Е. Копейкиной [Копейкина, 2010]. Что же касается современных учебников по истории педагогики и образования, то П.Ф. Лесгафту в некоторых из них посвящено всего лишь несколько абзацев, в других указывается только на его вклад в становление физкультурного образования в России.

Анализ степени разработанности проблемы свидетельствует о том, что, хотя исследователями разносторонне освещена научно-педагогическая деятельность П.Ф. Лесгафта, однако специально и системно не изучен вопрос развития идей воспитания здорового человека, содержащиеся в педагогическом наследии выдающегося отечественного мыслителя. Потребность восполнить данный пробел в научном знании определяет актуальность нашего исследования.

Цель исследования – выявить генезис идей воспитания здорового человека в педагогическом наследии П.Ф. Лесгафта.

### Материалы и методы исследования

Объектом исследования является процесс развития идей воспитания здорового человека в педагогическом наследии П.Ф. Лесгафта. Методы исследования: историко-логический, генетический, сравнительно-сопоставительный и системный анализ педагогического наследия П.Ф. Лесгафта, абстрагирование, экстраполяция, аналогия, индукция и дедукция, восхождение от абстрактного к конкретному; изучение источниковедческих материалов.

### Этапы развития здравоведческих идей П.Ф. Лесгафта

Характерными чертами прогрессивной русской педагогики конца XIX – начало XX вв. являлись гуманизм, патриотизм, высокая оценка науки, просвещения и общего образования, стремление развивать активность и творчество ребенка, уважение к его личности и понимание психологических особенностей детей. Критически перерабатывая всё лучшее, что было в сфере образования других стран, П.Ф. Лесгафт, Е.А. Покровский, В.В. Гориневский, В.Е. Игнатъев, К.Д. Ушинский развивали оригинальную и самобытную русскую педагогику здоровья. Мы выделили следующие условные этапы формирования педагогических взглядов П.Ф. Лесгафта на процесс воспитания здорового человека:

**Первый этап – естественно-научный период** (1856–1872 гг.) развития здравоведческих идей П.Ф. Лесгафта совпал со сложившейся исторической ситуацией, в которой оказалась Россия после Крымской войны 1853–1856 гг. Боевые действия показали слабость физической подготовки русских солдат, а также заметную роль врачей в обеспечении здоровья, что и побудило Петра Францевича выбрать профессию лекаря и погрузиться в изучение естественнонаучных дисциплин, овладеть основами, в первую очередь, теоретической анатомии и физиологии человека. Значительное влияние на него оказали профессора Медико-хирургической академии Н.Н. Зинин, В.Л. Грубер, И.М. Сеченов, знакомство с научными изысканиями Н.И. Пирогова и материалистическими идеями Ж. Ламарка.

Важнейшим фактором, послужившим становлению взглядов Лесгафта на проблему здоровья человека, явилось обучение в императорской Санкт-петербургской медико-хирургической академии (1856–1861 гг.). Под влиянием Н.Н. Зинина Петр Францевич увлекается химией. Большую роль сыграла личность этого профессора, олицетворявшего идеал здорового человека: физически развитый, обладающий удивительной коммуникацией, при этом он демонстрировал интереснейшие опыты. Н.Н. Зинина можно было увидеть в гимнастическом зале, на спортивной площадке. Его увлечение физической культурой и здоровым образом жизни передавалось студентам. Он был первый, кто привил П.Ф. Лесгафту любовь к ходьбе и бегу, прыжкам, метаниям, плаванию и подвижным играм,



сохранившуюся на протяжении всей жизни и послужившую толчком к научной разработке вопросов здоровья и физического воспитания.

Не менее сильное влияние на увлечение П.Ф. Лесгафтом анатомией оказал другой профессор – В.Л. Грубер, увидевший в молодом ученом своего помощника. В.Л. Грубер написал свыше 50 научных работ. Его исследования связаны в основном с открытиями в области биологического здоровья.

В студенческие годы П.Ф. Лесгафт глубоко изучал анатомические и педагогические сочинения Н.И. Пирогова, у которого четко прослеживается идея нравственного здоровья, которую в последствии развивал П.Ф. Лесгафт, отмечая, что сбои в нравственном здоровье в немалой степени влекут за собой такие заболевания, как наркомания, алкоголизм, неврозы и др. Как и Николай Иванович, П.Ф. Лесгафт в качестве ключевой цели образования ставил воспитание здорового человека – в высшем благородном прогрессивно-революционном значении слова в условиях крепостнического и царского режима.

Здоровьеориентированные педагогические идеи П.Ф. Лесгафта складывались также под влиянием материалистических взглядов революционных демократов того времени: В.Г. Белинского, Н.А. Добролюбова, А.И. Герцена, Н. Г. Чернышевского, М.И. Михайлова, которые боролись против идеализма и схоластики, за научное естествознание и рассматривали приобщение к ЗОЖ в качестве неперемennого условия воспитания революционера. Так, П.Ф. Лесгафт поддерживал точку зрения В.Г. Белинского о необходимости гармонизации физического и нравственного воспитания, без чего невозможна крепость тела и развитие здоровья, умственных способностей и приобретение познаний. Однако в процессе воспитания необходимо учитывать возрастные особенности детей. Например, в дошкольном возрасте акцент необходимо делать на рациональное питание, режим сна, гимнастические, вокальные и музыкальные упражнения, игры, занятия изобразительным искусством. Наиболее действенным средством воспитания является любовь к детям [Лесгафт, 1872, 1893; 1901].

Под влиянием гуманистических взглядов Н.А. Добролюбова П.Ф. Лесгафт отвергает телесные наказания как способ воспитания. В научных трудах Петра Францевича слышны отголоски работ Н.Г. Чернышевского «Антропологический принцип в философии», «Характер человеческих знаний». Работы Н.Г. Чернышевского, А.И. Герцена, М.А. Бакунина и др.

Философские взгляды П.Ф. Лесгафта [Лесгафт, 1872, 1954, 1988] были пронизаны идеями антропологического материализма с элементами стихийной диалектики. Хотя в своей философии он превзошел механистический, метафизический и созерцательный материализм в вопросах единства физического и умственного, теории наследственности (Лесгафт вел упорную борьбу с реакционными теориями наследственности – вейсманизмом, социал-дарвинизмом др.), но полностью на позиции диалектического материализма он так и не встал. Вместе с тем П.Ф. Лесгафта нельзя считать последовательным ламаркистом или антидарвинистом. Он не следовал слепо за авторитетами, оставаясь оригинальным ученым. Так, при рассмотрении вопросов умственного и физического развития ученика, а также воспитания здорового человека ученый считал, что действие закона постепенности и последовательности развития Ламарка, как и закона гармонии Биша, имеют ограниченную область применения. Действительно, по мере приспособления вида к определенной экологической нише может происходить постепенное снижение энергозатрат, необходимых для выполнения какой-либо функции, но смена условий обитания может этот процесс нарушить [Лесгафт, 1944].

На рубеже веков ученый поднимал проблему сочетания развитой умственной деятельности с весьма слабым телом, предупреждая о нарушении общей гармонии деятельности организма [Лесгафт, 1901]. Проблема умственного здоровья, о которой говорит Лесгафт, может затронуть любого, независимо от возраста, пола или социальных условий. У данной проблемы может быть серьезный отрицательный эффект,

отражающийся как на отдельном человеке, так и на всем обществе. Беспорядки в умственном здоровье могут принимать множество различных форм и затрагивать людей по-разному. Нет никакой единственной причины проблем умственного здоровья. Причины, по которым они развиваются, столь же сложны, как и сам человек [Лесгафт, 1954, с. 83; Лесгафт, 1944].

В 1876 году под влиянием накопившихся естественнонаучных знаний, а также изучив опыт физического развития и подготовки специалистов по гимнастике в Западной Европе, Петр Францевич прочитал цикл лекций, которые посвятил отношению естественных наук, и в особенности анатомии, к физическому воспитанию, тем самым ученый, как бы ввел анатомию в педагогику [Лесгафт, 1954, с. 12].

Уже на первых своих лекциях в 1870-х годах П.Ф. Лесгафт, поднял проблему воспитания здорового человека [Лесгафт, 1954]. Слушатели узнали, какой вред можно нанести организму, если обращаться с ним произвольно, и при каких условиях он будет развиваться нормально. Так, он указал на вред ношения женщинами корсетов и узких, стягивающих нижнюю часть грудной клетки, платьев, которые нарушают механизм дыхательных движений, развивают так называемое женское (верхнее) дыхание, что во многом и мешает девушкам и дамам активно заниматься спортом. Тем самым ученый развенчал реакционную теорию о биологической неспособности женского организма к занятиям спортом [Лесгафт, 1954, с. 11].

П.Ф. Лесгафт развил обоснованный И.М. Сеченовым в 1861 году в лекциях о «Так называемых растительных актах в животной жизни» принцип единства организма и среды применительно к положению о влиянии природной и социальной среды как факторов здоровья человека, а также идею саморегуляции, неразрывно связанную с представлениями о гомеостазе [Лесгафт, 1954, с. 27].

Надо отметить, что первый этап становления взглядов П.Ф. Лесгафта на проблему воспитания здорового человека совпал с периодом тяжелых социальных условиях середины XIX в., когда законы экономического развития в России диктовали необходимость максимального напряжения сил наемными рабочими (после отмены крепостного права (1861 г.)) при минимальной оплате труда.

К числу объективных факторов, завершивших первый период становления научных взглядов П.Ф. Лесгафта, необходимо отнести отмену крепостного права в России (1861 г.), а также буржуазные реформы 1863–1874 гг., имевшие для развития науки прогрессивный характер, а также третья по счету эпидемия холеры как свидетельство отсталости России в сфере общественного здоровья, заставившая ученого пересмотреть свои взгляды на проблему здоровья человека. Всё это нашло отражение в педагогических и анатомических трудах Лесгафта [Лесгафт, 1872, 2013].

Ключевым фактором, отграничивающим *второй период развития педагогических взглядов Петра Францевича (1872–1880 гг.)*, явилось устройство на работу в 1872 году в частное врачебное гимнастическое учреждение доктора А.Г. Берглинда. П.Ф. Лесгафт видел, какими немощными и нескладными приходили люди в этот институт и как начинали преобразоваться они, регулярно занимаясь физическими упражнениями. У людей изменялась осанка, они не сутулились, не заплетали ногами при ходьбе, держали голову прямо, а плечи развернутыми. Наблюдая за постановкой занятий, П. Ф. Лесгафт определил: добиться желаемых успехов в развитии организма можно лишь в том случае, если гимнастические упражнения построены по определенному и строго заданному методу, то есть когда с их помощью можно развивать не только определенные мышцы и мышечные группы, но и костную систему, а также все прочие системы [Лесгафт, 1954].

П.Ф. Лесгафт совместно с основоположниками российской экспериментальной гигиены А.П. Доброславиным и Ф.Ф. Эрисманом организовал постоянную школьно-гигиеническую комиссию, ставшую первым научным центром по школьной гигиене. В конце 70-х гг. П.Ф. Лесгафт излагает результаты исследования физического развития

школьников, проведенного им на 800 воспитанниках двух учебных заведений Петербурга. Найденные им отклонения в состоянии здоровья школьников были связаны с нарушением гигиенических условий режима учебных занятий и быта [Лесгафт, 1954].

Стремление П.Ф. Лесгафта содействовать повышению здоровья людей основывалось на желании помочь другому человеку. Он упрекал врачей за недостаточное внимание к личности больного, его психологии, к живому человеку.

Всестороннее изучение ребенка, построение всеобъемлющей науки о ребенке мы встречаем в научных трудах XIX века, т. к. многие из выдающихся педагогов того времени понимали, что без знания ребенка невозможно решить многие педагогические проблемы, в том числе и воспитать здорового человека. Особенно отчетливо эти идеи в своих трудах выразил К.Д. Ушинский. Данное положение, несомненно, имело влияние на гуманистическое мировоззрение П.Ф. Лесгафта и углубление его позиций в сторону антропологического принципа. В частности, это проявилось в том, что анатомию П.Ф. Лесгафт преобразовал из науки, описывающей строение организма, в науку, изучающую законы строения и развития организма с целью его совершенствования [Лесгафт, 1954].

Во многом под влиянием идей К.Д. Ушинского о необходимости целостного изучения и воспитания ребенка и вопреки своему утверждению о том, что «педагогика – это филиальная ветвь биологии», П.Ф. Лесгафт с антропологических позиций подходил к воспитанию здорового человека, стремясь выявить социальные факторы детерминации личности. Решить до конца эту задачу ученый не смог ввиду незнания законов развития общества. Вместе с тем Петр Францевич понимал, что в вопросах воспитания здорового человека особая роль принадлежит учителю. Он отмечал, что отсутствие у педагогов подлинного педагогического образования мешало им поставить педагогическую работу на научные рельсы. Для этой цели П. Ф. Лесгафт систематизировал педагогические методы и опубликовал целый ряд психолого-педагогических наблюдений и рассуждений, в которых указывал на необходимость изучения законов психической жизни ребенка как основы психологического здоровья учащейся молодежи [Лесгафт, 1954].

П.Ф. Лесгафт подобно К.Д. Ушинскому предъявлял к педагогам требование всестороннего изучения ребенка для практических педагогических целей, придавая большое значение вопросам культуры учителя. Разрешая общие с К.Д. Ушинским проблемы, следуя его плану исследований как основоположника русской педагогики, П.Ф. Лесгафт сумел дать новое здоровьеориентированное направление педагогической мысли, усилив ее антропологическую составляющую и уделяя особое место соответствующей подготовке педагога. Воспитать здорового человека, возможно только при правильном сочетании школой физических и умственных упражнений. При этом П.Ф. Лесгафт указывал на следующее: «До сих пор педагоги не усвоили следующих простых и верных мыслей, высказанных Ж.-Ж. Руссо: величайшая тайна воспитания заключается в том, чтобы телесные и умственные упражнения служили друг другу отдыхом; желаете образовать ум вашего ученика, упражняйте его силы, которыми ум должен управлять, развивайте настойчиво его тело, сделайте его крепким и здоровым, чтобы он стал мудрым и рассудительным. Дайте ему возможность работать, быть деятельным, бегать, прыгать, быть постоянно в движении, чтобы он был бодрым человеком, и он сделается также рассудительным человеком» [Лесгафт, 1901, с. 20].

Одна из наиболее общих тенденций развития теории П.Ф. Лесгафта была связана с дифференциацией педагогического знания. Усилиями многих педагогов того времени (К.Д. Ушинский, П.Ф. Каптерев, П.Ф. Лесгафт, В.П. Вахтеров, В.М. Бехтерев и др.) интенсивно формировались в относительно самостоятельные отрасли теория воспитания, дошкольная педагогика, профессионально-техническая педагогика, педагогика здоровья. Занимаясь практической педагогикой, П.Ф. Лесгафт понял, что при формировании ЗОЖ особое внимание следует уделять свободе убеждений учащихся. Как и П.Ф. Каптерев, он

подчеркивал при этом, что иметь убеждения и идеалы – обязанность каждого образованного здорового человека [Каптерев, 2000].

Таким образом, второй этап развития педагогических взглядов П.Ф. Лесгафта завершился формированием целостного, системного представления ученого о понятиях «здоровье», «здоровый образ жизни», содержании и способах воспитания здорового человека, базирующихся на передовых идеях западных и отечественных ученых.

Основанием для выделения *третьего этапа развития* педагогических взглядов, обозначенного нами как *период разработки целостной концепции воспитания здорового человека (1880–1909 гг.)*, послужил тот факт, что именно с 1880 по 1885 год П.Ф. Лесгафт публикует ряд трудов большого педагогического значения: «Об играх и физическом воспитании в школе» (1883), «О наказаниях в семье и их влиянии на развитие типа ребенка» (1884) и др. В 1888 году П.Ф. Лесгафт издает первую часть фундаментального труда «Руководство по физическому образованию детей школьного возраста» (вторая часть издана в 1901 году). Этот труд в области физического воспитания и здоровья явился продолжением «Педагогической антропологии» К.Д. Ушинского и, по словам П.Ф. Лесгафта, представляет собой «первый опыт постановки этого отдела педагогики на почву антропологии [Лесгафт, 1901].

Отсутствие женского образования в России, а также плачевное состояние здоровья школьников побудили Петра Францевича организовать в 1872 году в собственной квартире «Курсы Лесгафта», далее они расширились и получили название «Курсы воспитательниц и руководительниц физического образования» (в 1896 г.). Трехгодичные курсы можно назвать первым учреждением (высшим учебным заведением), готовившим учителей здоровья в России.

Открытие П.Ф. Лесгафтом вольного университета в 1905 году явилось важным условием воспитания здорового человека в российском обществе того времени.

Анализируя работы А.И. Яроцкого по проблемам идеализма как физиологического фактора, П.Ф. Лесгафт ярко проявил своё отношение к проблеме здоровья человека. Он писал: «под идеализмом профессора А.И. Яроцкого понимается вовсе не одно из основных направлений развития философской мысли, а способность здорового человека следовать высоким общественным целям, чего нет и в современном обществе. До этого далеко не только школе, но и всей человеческой природе» [Лесгафт, 1954, с. 24]. Наверное, идеальные побуждения в чистом виде могут быть стимулом для многолетней упорной учебы лишь для немногих. Социально-экономическая целесообразность обучения (то есть зависимость престижа и доходов от уровня образования) – мотив намного более массовый и потому – более надежная основа для построения всей системы образования.

Вместе с тем, трудно согласиться с П.Ф. Лесгафтом, который требует в системе школьного образования уничтожить все меры поощрения и наказания, всю систему баллов, поскольку без этого невозможно представить школу, где контроль и оценивание являются составной частью процесса обучения. Концепции П.Ф. Лесгафта во многом было присуще формально-теоретическое начало. Например, идея всестороннего гармонического развития, несомненно, верна на уровне «больших чисел», но не может быть механически применена к каждому конкретному человеку. Последующее развитие педагогики показало множество примеров того, как дети с ограниченными (до инвалидности включительно) физическими способностями достигают иногда высокой степени умственного развития.

## Выводы

П.Ф. Лесгафт, крупнейший отечественный ученый, педагог и общественный деятель конца XIX – начала XX века, был видным представителем естественно-научного материализма, последователем русских философов-демократов, педагогов, медиков, гигиенистов, неутомимым борцом против идеализма в естественных науках и педагогике. Творчески переработав отечественные и западные первоисточники второй половины



XIX века, касающиеся различных аспектов физического воспитания, базируясь на философских представлениях и современных ему педагогических научных данных, П.Ф. Лесгафт выработал свою систему педагогических взглядов на воспитание здорового человека, в которой обосновал органические и психические факторы оздоровления с позиций антропологического материализма, прогрессивного для естественных наук того времени, разработал анатомо-физиологические идеи рассматриваемой проблемы. Ключевыми аспектами созданной им концепции «воспитание здорового человека» явились разработанные теории семейного и физического воспитания; идеи всестороннего развития целостной здоровой личности и подготовки ее к труду и влияния внешней природной и социальной среды на здоровье человека.

Узость методологии не могла не сказаться на педагогической концепции П.Ф. Лесгафта, в которой проявились такие недостатки, как биологизаторство, рационализм и механицизм. При всем этом его идеи были прогрессивными и передовыми для своего времени и в значительной степени сохранили свое значение и по ныне. Неправильная оценка мировоззрения П.Ф. Лесгафта привела к ограниченному пониманию педагогических теорий ученого, тормозила использование его педагогического наследия.

### Список источников

- Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей. 2022. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 10.11.2022).
- Лесгафт П.Ф. 1872. Задача антропологии и метод ее изучения. В кн.: Лесгафт П.Ф. Сборник сочинений по судебной медицине и общей гигиене. Санкт-Петербург, Печатня В.И. Головина. Т. 1, отд. 1: 289–3194 Т. II, отд. 1: 275–304.
- Лесгафт П.Ф. 1893. Семейное воспитание ребенка и его значение. Санкт-Петербург, типография И.Н. Скороходова, 247 с.
- Лесгафт П.Ф. 1901. Руководство по физическому образованию детей школьного возраста. Ч. 1-2. Санкт-Петербург, типография Н.А. Лебедева. 2 т., 407 с.
- Лесгафт П.Ф. 1944. Об отношении физ. образования к умственному. *Советская педагогика*, 4: 37–40.
- Лесгафт П.Ф. 1954. Собрание педагогических сочинений. Статьи; Извлечения из "Основ теоретической анатомии"; Отчеты 1891–1909 гг. Под ред. Г. Г. Шахвердова. Москва, Физкультура и спорт, 5 т., 391 с.
- Лесгафт П.Ф. 1988. Антропология и педагогика. В кн.: Лесгафт П.Ф. Избранные педагогические сочинения. Москва, Педагогика, 398 с.
- Лесгафт П.Ф. 2013. Избранные педагогические сочинения. Москва, Директ-Медиа, 375 с.

### Список литературы

- Бальсевич В.К. 1988. Физическая культура для всех и для каждого. Москва, Физическая культура и спорт, 207 с.
- Воробьева Е.П. 2000. Реализация гуманистической концепции образования П.Ф. Лесгафта в современной подготовке учителя. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Самара, 23 с.
- Каптерев П.Ф. 2000. О природе детей В кн.: П.Ф. Каптерев о семейном воспитании. Сост. И.Н. Андреева. Москва, Academia.
- Картамышев А.М. 2016. Использование идей П.Ф. Лесгафта о воспитании ребенка в практике современной семьи. В кн.: Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. Сборник материалов LIV Международной научно-практической конференции (г. Новосибирск, 2 декабря, 30 декабря 2016 г.). Под ред. С.С. Чернова. Новосибирск, ЦРНС: 65–76.
- Копейкина Т.Е. 2010. Идея совершенствования личности в педагогическом наследии П.Ф. Лесгафта. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Архангельск, 22 с.
- Корнетов Г.Б. 1995. Всемирная история педагогики: цивилизационный подход. *Педагогика*, 3: 23–29.
- Куприянов В.В. 1987. Методологическое значение морфологических трудов П.Ф. Лесгафта. В кн.: Современная морфология – физической культуре и спорту. Материалы научной конференции,

- посвященной 150-летию со дня рождения П.Ф. Лесгафта (Ленинград) (Ленинград, 01 января – 31 декабря 1987 г.). Под ред. Ф.В. Судзиловского. Ленинград, Изд-во ГИФК им. П.Ф. Лесгафта.
- Марков Д.Л., Ухов В.А., Априамашвили Г.Г., Цымбалов М.Ю. 2014. Важность педагогических идей Лесгафта в образовании для физического и интеллектуального развития детей. Влияние образа жизни на здоровье и осанку. *Гуманитарные научные исследования*, 6(34): 124–127.
- Медынский Е.Н. 1950. Педагогическое наследие П.Ф. Лесгафта (к 40-летию со дня смерти П.Ф. Лесгафта). *Советская педагогика*, 2: 3–12.
- Никитюк Б.А. 1996. От педагогической антропологии К.Д. Ушинского и П.Ф. Лесгафта к современной интегративной антропологии. *Физическая культура: воспитание, образование, тренировка*, 1: 33–39.
- Николаев Ю.М. 2005. Общая теория и методология физической культуры: контуры нового человеческого измерения. *Теория и практика физической культуры*, 11: 9–15.
- Памяти Петра Францевича Лесгафта. 1912. Под ред. Совета С.-Петербур. биол. лаб. П.Ф. Лесгафта. Санкт-Петербург, издание газеты "Школа и жизнь", XII, 318 с.
- Панова О.И. 2007. Педагогическая антропология П.Ф. Лесгафта и современные идеи педагогического взаимодействия. Дис. ... канд. пед. наук. Екатеринбург, 224 с.
- Потапова А.А. 2024. Идеи П.Ф. Лесгафта о физическом воспитании ребенка и их актуальность в современной семье. *Развитие образования*, 7(1): 68–76. DOI: [10.31483/r-108552](https://doi.org/10.31483/r-108552)
- Пуни А.Ц. 1949. Психологические основания физического воспитания по П.Ф. Лесгафту. В кн.: Очерки по истории физической культуры. Сборник трудов. Вып. 4. Под общ. ред. Н.И. Торопова. Москва, Ленинград, Физкультура и спорт: 103–118.
- Равкин З.И. 1970. Логическое и историческое в проблемных исследованиях по истории советской школы и педагогики. *Советская педагогика*, 9: 94–102.
- Стерлев В.Г., Ирхин В.Н. 2012. Методическая система воспитания здорового человека в педагогическом наследии П.Ф. Лесгафта. *Физическая культура: воспитание, образование, тренировка*. 6: 14–18.
- Суровцева А.В. 1947. Учение Лесгафта о воспитании воли. *Дошкольное воспитание*, 1: 34–40.
- Таймазов В.А., Курамшин Ю.Ф., Марьянович А.Т. 2006. Петр Францевич Лесгафт: история жизни и деятельности. Санкт-Петербург, Печатный двор им. А.М. Горького. 479 с.
- Федотов Е.В. 2013. Идеи П.Ф. Лесгафта о «физическом образовании». *Научный поиск*, 4.1: 66–67.
- Шалимов А.Я. 1978. Вопросы детской и педагогической психологии в трудах П.Ф. Лесгафта. Автореф. дис. ... канд. психол. Наук. Москва, 14 с.
- Шувалов Ф.П. 1969. Лесгафт выдающийся ученый и общественный деятель. *Здравоохранение Российской Федерации*, 12: 28–30.

## References

- Bal'sevich V.K. 1988. Fizicheskaya kul'tura dlya vsekh i dlya kazhdogo [Physical education for everyone and for everyone]. Moscow, Publ. Fizicheskaya kul'tura i sport, 207 p.
- Vorob'eva E. P. 2000. Realizatsiya gumanisticheskoi kontseptsii obrazovaniya P.F. Lesgafta v sovremennoi podgotovke uchitelya [Implementation of the humanistic concept of education by P.F. Lesgaft in modern teacher training]. Abstract ... Cand. Ped. Sciences. Samara, 23 p.
- Kapterev P.F. 2000. O prirode detei [On the nature of children]. In: P.F. Kapterev o semeinom vospitanii [P.F. Kapterev on family education]. Comp. I.N. Andreeva. Moscow, Publ. Academia.
- Kartamyshev A.M. 2016. Ispol'zovanie idei P.F. Lesgafta o vospitanii rebenka v praktike sovremennoi sem'i [Using P.F. Lesgaft's ideas on raising a child in the practice of a modern family]. In: Psikhologiya i pedagogika: metodika i problemy prakticheskogo primeneniya [Psychology and pedagogy: methods and problems of practical application]. Collection of materials of the LIV International scientific and practical conference (Novosibirsk, December 2, December 30, 2016). Ed. S.S. Chernov. Novosibirsk, Publ. TsRNS: 65–76.
- Kopeikina T.E. 2010. Ideya sovershenstvovaniya lichnosti v pedagogicheskom nasledii P.F. Lesgafta [The idea of personal development in the pedagogical heritage of P.F. Lesgaft]. Abstract ... Cand. Ped. Sciences. Arkhangelsk, 22 p.
- Kornetov G.B. 1995. Vsemirnaya istoriya pedagogiki: tsivilizatsionnyi podkhod [World history of pedagogy: civilizational approach]. *Pedagogika*, 3: 23–29.



- Kupriyanov V.V. 1987. Metodologicheskoe znachenie morfologicheskikh trudov P.F. Lesgafta [Methodological significance of morphological works of P.F. Lesgaft]. In: *Sovremennaya morfologiya – fizicheskoi kul'ture i sportu* [Modern morphology – for physical education and sport]. Proceedings of the scientific conference dedicated to the 150th anniversary of P.F. Lesgaft's birth (Leningrad) (Leningrad, January 1 – December 31, 1987). Ed. F.V. Sudzilovskogo. Leningrad, Publ. Izd-vo GIFK im. P.F. Lesgafta.
- Markov D.L., Ukhov V.A., Apriamashvily G.G., Tsimbalov M.Yu. 2014. The importance of pedagogical ideas of lesgaft in education for physical and mind development of children. The influence of lifestyle on the health and the posture. *Humanities scientific researches*, 6(34): 124–127.
- Medynskii E.N. 1950. Pedagogicheskoe nasledstvo P.F. Lesgafta (k 40-letiyu so dnya smerti P.F. Lesgafta) [The pedagogical legacy of P.F. Lesgaft (on the 40th anniversary of P.F. Lesgaft's death)]. *Sovetskaya pedagogika*, 2: 3–12.
- Nikityuk B.A. 1996. Ot pedagogicheskoi antropologii K.D. Ushinskogo i P.F. Lesgafta k sovremennoi integrativnoi antropologii [From the pedagogical anthropology of K.D. Ushinsky and P.F. Lesgaft to modern integrative anthropology]. *Fizicheskaya kul'tura: vospitanie, obrazovanie, trenirovka*, 1: 33–39.
- Nikolayev Yu.M. 2005. General theory and methodology of physical culture: contours of new - humanity dimension. *Theory and practice of physical culture*, 11: 9–15 (in Russian).
- Pamyati Petra Frantsevicha Lesgafta [In memory of Pyotr Frantsevich Lesgaft]. 1912. Collection of articles. Ed. Sovet S.-Peterb. biol. lab. P.F. Lesgafta. St. Petersburg, Publ. izdanie gazety "Shkola i zhizn'", XII, 318 p.
- Panova O.I. 2007. Pedagogicheskaya antropologiya P.F. Lesgafta i sovremennye idei pedagogicheskogo vzaimodeistviya [Pedagogical anthropology of P.F. Lesgaft and modern ideas of pedagogical interaction]. Dis. ... Cand. Ped. Sciences. Ekaterinburg, 224 p.
- Potapova A.A. 2024. Idei P.F. Lesgafta o fizicheskom vospitanii rebenka i ikh aktual'nost' v sovremennoi sem'e [Ideas of P.F. Lesgaft on the physical education of a child and their relevance in a modern family]. *Development of education*, 7(1): 68–76. DOI: [10.31483/r-108552](https://doi.org/10.31483/r-108552)
- Puni A.Ts. 1949. Psikhologicheskie osnovaniya fizicheskogo vospitaniya po P.F. Lesgaftu [Psychological foundations of physical education according to P.F. Lesgaft]. In: *Ocherki po istorii fizicheskoi kul'tury* [Essays on the history of physical culture]. Collection of works. Issue 4. Ed. N.I. Toropov. Moscow, Leningrad, Publ. Fizkul'tura i sport: 103–118.
- Ravkin S.I. 1970. Logicheskoe i istoricheskoe v problemnykh issledovaniyakh po istorii sovetskoj shkoly i pedagogiki [Logical and historical in problematic studies on the history of the Soviet school and pedagogy]. *Sovetskaya pedagogika*, 9: 94–102.
- Sterlev V.G., Irkhin V.N. 2012. Methods training system of healthy man in p.f. lesgaft's pedagogical heritage. *Fizicheskaya kul'tura: vospitanie, obrazovanie, trenirovka*. 6: 14–18.
- Surovtseva A.V. 1947. Uchenie Lesgafta o vospitanii voli [Lesgaft's teaching on the education of the will]. *Doshkol'noe vospitanie*, 1: 34–40.
- Taimazov V.A., Kuramshin Yu.F., Mar'yanovich A.T. 2006. Petr Frantsevich Lesgaft: istoriya zhizni i deyatelnosti [Petr Frantsevich Lesgaft: history of life and work]. St. Petersburg, Publ. Pechatnyi dvor im. A.M. Gor'kogo, 479 p.
- Fedotov E.V. 2013. Idei P.F. Lesgafta o «fizicheskom obrazovanii» [Lesgaft's ideas on “physical education”]. *Nauchnyi poisk*, 4.1: 66–67.
- Shalimov A.Ya. 1978. Voprosy detskoj i pedagogicheskoi psikhologii v trudakh P.F. Lesgafta [Issues of child and educational psychology in the works of P.F. Lesgaft]. Abstract ... Cand. Psycholog. Sciences. Moscow, 14 p.
- Shuvalov F.P. 1969. Lesgaft vydayushchiysya uchenyi i obshchestvennyi deyatel' [Lesgaft, an outstanding scientist and public figure]. *Zdravookhranenie Rossijskoj Federatsii*, 12: 28–30.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 09.01.2025

Поступила после рецензирования 25.02.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received January 01, 2025

Revised February 25, 2025

Accepted March 10, 2025



### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Ирхин Владимир Николаевич**, профессор кафедры педагогики, Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, г. Санкт-Петербург, Россия.

**Ирхина Ирина Витальевна**, профессор кафедры педагогики факультета психологии педагогического института, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

**Макотрова Галина Васильевна**, профессор кафедры педагогики факультета психологии педагогического института, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Vladimir N. Irkhin**, Professor of the Department of Pedagogy, National State University of Physical Education, P.F. Lesgaft Sports and Health, St. Petersburg, Russia.

**Irina V. Irkhina**, Professor of the Department of Pedagogy, Faculty of Psychology, Pedagogical Institute, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

**Galina V. Makotrova**, Professor of the Department of Pedagogy, Faculty of Psychology, Pedagogical Institute, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.



УДК 378.016

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-110-125

## Приоритеты студентов поколения Z: доминирующие компоненты процесса обучения в вузе

Шевченко С.А., Кузьмина Е.В., Трунина В.Ф.

Волгоградский государственный технический университет,  
Россия, 400005, г. Волгоград, проспект им. Ленина, д. 28

[svetashev@mail.ru](mailto:svetashev@mail.ru), [katerina993@yandex.ru](mailto:katerina993@yandex.ru), [valentinafedorovna2011@yandex.ru](mailto:valentinafedorovna2011@yandex.ru)

**Аннотация.** Трансформационные процессы в высшем образовании направлены на формирование квалифицированных кадров для цифровой экономики. Для повышения качества профессиональной подготовки современных студентов важным является выстраивание с ними эффективного взаимодействия в процессе обучения, что невозможно без учета приоритетов современных студентов поколения Z, основанных на типичных чертах их личности, жизненных ценностях и образовательных запросах. Тем не менее данный аспект остается недостаточно изученным. Цель исследования – определить доминирующие компоненты процесса обучения в вузе для студентов поколения Z. В процессе исследования использовался метод анкетирования для определения образовательных запросов студентов и их жизненных ценностей. Авторами определён ценностный профиль студентов поколения Z, который влияет на формирование их образовательных запросов. Определены доминирующие компоненты процесса обучения для студентов поколения Z: целевой (получение профессиональных знаний в соответствии с требованиями цифровой экономики и рынка труда и другие); содержательный (профессиональные знания; техническая и информационная грамотность и другие); организационно-деятельностный (технологическая обеспеченность и интерактивный характер учебных занятий; персонализация и индивидуализация процесса обучения и другие); коммуникативный (очное общение с преподавателями в аудитории; доступная и эффективная обратная связь с преподавателями в рамках освоения учебных дисциплин с использованием цифровых инструментов и другие). Результаты исследования позволят преподавателям вузов повысить качество профессиональной подготовки трудовых кадров для цифровой экономики.

**Ключевые слова:** высшее образование, цифровизация, содержание обучения, личностные качества, ценностные приоритеты, коммуникация, результаты обучения

**Для цитирования:** Шевченко С.А., Кузьмина Е.В., Трунина В.Ф. 2025. Приоритеты студентов поколения Z: доминирующие компоненты процесса обучения в вузе. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 110–125. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-110-125

---

## Priorities of Generation Z Students: Dominating Components of the University Learning Process

Svetlana A. Shevchenko, Ekaterina V. Kuzmina, Valentina F. Trunina

Volgograd State Technical University,  
28 Lenin St, Volgograd 400005, Russia

[svetashev@mail.ru](mailto:svetashev@mail.ru), [katerina993@yandex.ru](mailto:katerina993@yandex.ru), [valentinafedorovna2011@yandex.ru](mailto:valentinafedorovna2011@yandex.ru)

**Abstract.** Transformational processes in higher education are aimed at developing qualified personnel for the digital economy. To improve the quality of professional training of modern students, it is important to build effective interaction with them in the learning process, which is impossible without taking into account the priorities of modern students of generation Z, based on their typical personality traits, life

values, and educational needs. However, this aspect remains insufficiently studied. The purpose of the study is to determine the dominant components of the learning process at a university for students of generation Z. In the course of the study, the questionnaire method was used to determine the educational needs of students and their life values. The authors determined the value profile of students of generation Z (the value of knowledge, technical and information literacy, individual self-expression, tolerance, etc.), which influences the formation of their educational needs. As a result of the study, the dominant components of the learning process for students of generation Z were identified: target (obtaining professional knowledge in accordance with the requirements of the digital economy and the labor market, etc.); content (professional knowledge; technical and information literacy, etc.); the organizational and activity-based component (technological support and interactive nature of classes; personalization and individualization of the learning process, etc.); and the communicative component (face-to-face communication with teachers in the classroom; accessible and effective feedback with teachers in the context of mastering academic disciplines using digital tools, etc.). The results of the study will allow university teachers to improve the quality of professional training of labor force for the digital economy.

**Keywords:** higher education, digitalization, learning content, personal qualities, value priorities, communication, learning outcomes

**For citation:** Shevchenko S.A., Kuzmina E.V., Trunina V.F. 2025. Priorities of Generation Z Students: Dominating Components of the University Learning Process. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 110–125 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-110-125

---

## Введение

Современный период развития высшего образования в России непосредственно связан с процессами цифровизации экономики. К приоритетным задачам цифровизации высшего образования относятся: увеличение количества научных исследований; повышение качества процесса обучения в вузе на основе внедрения цифровых инструментов; разработка цифровых механизмов взаимодействия предпринимательских структур, государственных органов, научных организаций и вузов в направлении разработки и реализации научных проектов<sup>1</sup>.

Трансформационные процессы в высшем образовании, прежде всего, направлены на формирование квалифицированных кадров, в том числе для цифровой экономики. Однако на современном этапе развития высшего образования имеют место факторы, тормозящие процесс формирования кадров для цифровой экономики: сопротивление изменениям со стороны профессорско-преподавательского состава; отсутствие своевременной профессиональной технической поддержки для студентов, отсутствие централизованного доступа студентов к огромному массиву актуальной информации [Паночевный, Ли, 2022] и другие.

Процесс обучения в вузе – процесс организации деятельности обучающихся по овладению знаниями, умениями, навыками, приобретению опыта деятельности и развитию способностей<sup>2</sup>. Для повышения качества профессиональной подготовки современных студентов важным является выстраивание с ними эффективного взаимодействия в процессе обучения.

Современные студенты – это представители поколения Z, которые имеют свои особенности и ценностные приоритеты, отличающие их от представителей других

---

<sup>1</sup> Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации науки и высшего образования. Распоряжение Правительства РФ от 21.12.2021 № 3759-р. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403203308/?ysclid=m0c1130a35724386316#1000> (дата обращения: 30.06.2024).

<sup>2</sup> Об образовании в Российской Федерации. 2012. Федеральный закон с изм. и допол. в ред. от 8 августа 2024 года. Принят Государственной Думой 21.12.2012 № 273-ФЗ. Одобрен Советом Федерации 26.12.2012. URL: <https://gog.su/PdpQ> (дата обращения: 30.06.2024).



поколений. Главная их особенность – технологическая грамотность. Учет личностных особенностей студентов поколения Z в процессе обучения даёт возможность преподавателям (как представителям другого поколения) выстраивать с ними эффективное взаимодействие в направлении формирования профессиональных компетенций и осуществления научно-исследовательской деятельности как важной составляющей учебного процесса [Шамис, Никонов, 2017]. Однако, с нашей точки зрения, в современных условиях преподаватели вузов, осуществляя профессиональную подготовку будущих специалистов, не учитывают приоритеты студентов поколения Z, что, препятствует их эффективному взаимодействию. Это приводит к низкой вовлеченности студентов в учебный процесс, снижению их мотивации к получению профессиональных знаний и, как следствие, к снижению качества профессиональной подготовки.

Основой настоящего исследования являются работы авторов, которые изучали различные аспекты процесса обучения в вузе: персонализацию и индивидуализацию обучения [Viemans et al., 2016; Никитина, Павлова, 2022; Соколова, 2022], организацию и содержание научной деятельности студентов [Леш, 2022; Нарбут и др., 2023], формирование цифровых [Атаманова, 2023] и профессиональных [Соколова, 2022] компетенций у студентов, развитие творческих способностей у студентов [Баттаев, Кумахова, 2019; Нарбут и др., 2023], коммуникацию преподавателей и студентов, способствующую передаче социокультурных и нравственных ценностей общества [Козилова, 2020], мотивацию к профессиональному и личностному развитию [Бородина, 2021] и другие, что позволило авторам исследования сформулировать понятие процесса обучения в вузе и выделить его основные компоненты. При этом в научных работах процесс обучения не изучается с позиции приоритетов современных студентов как представителей поколения Z, что с нашей точки зрения снижает качество профессиональной подготовки студентов.

В процессе исследования мы изучили черты личности поколения Z: низкую степень критического и системного мышления [Петрунева и др., 2019], восприимчивость к новой информации, открытость к переменам [Yarullina, 2021], -стремление к творческим проектам [Тазов, 2020] и другие [Рындак, 2019; Buda et al, 2020; Морозова и др., 2023], а также ценностные приоритеты: ценность непрерывного образования для достижения профессиональной карьеры [Yarullina, 2021]; ценность актуальных знаний [Шлегель, 2022], ценность своей свободы [Сушко, 2022] и самореализации [Бастракова и др., 2020; Тазов, 2020], безопасность жизни [Яницкий и др., 2019] и другие. Изучение результатов данных работ способствовало определению ценностного профиля поколения Z и выявлению доминирующих компонентов процесса обучения в вузе.

Под доминантами процесса обучения мы понимаем доминирующие компоненты процесса обучения в вузе, которые способствуют профессиональному и личностному развитию студентов поколения Z.

Цель исследования – определить доминирующие компоненты процесса обучения в вузе для студентов поколения Z.

### **Материалы и методы исследования**

Объектом исследования является процесс обучения в вузе и его ключевые аспекты для современных студентов поколения Z. В период с сентября 2023 г. по апрель 2024 г. было проведено анкетирование 400 студентов с 1 по 3 курс Волгоградского государственного технического университета для определения образовательных запросов студентов, а также их жизненных ценностей. Анкетирование осуществлялось в очной форме и включало полузакрытые вопросы. Использование в исследовании методов анализа и синтеза позволило уточнить структурные компоненты процесса обучения в вузе для выявления среди них доминирующих с учётом ценностей и образовательных запросов студентов.

## Результаты исследования

Для выявления ключевых аспектов процесса обучения в вузе мы изучили его основные компоненты и определили их содержание. В результате анкетирования студентов были изучены их жизненные ценности и образовательные, что позволило определить ценностный профиль студентов поколения Z (знания, техническая и информационная грамотность, индивидуальное самовыражение, толерантность и другие) и образовательные запросы (технологическая обеспеченность процесса обучения, получение профессиональных знаний, отвечающих требованиям цифровой экономики и рынка труда и другие). В результате исследования определены доминирующие компоненты процесса обучения и их содержание для студентов поколения Z.

### **1. Основные компоненты процесса обучения в вузе: содержательные характеристики.**

В педагогическом словаре обучение трактуется как организованный процесс коммуникации преподавателя и обучающихся, в результате которого последние получают знания, умения, навыки и развивают личностные качества<sup>1</sup>.

В научных исследованиях процесс обучения определяется как:

- процесс развития личности, заключающийся в овладении культурой, способами деятельности, накопленными человечеством на современном этапе [Костромина, 2008];
- процесс обучения в соответствии с потребностями обучающихся в персонализированной образовательной среде [Соколова, 2022];
- процесс, направленный на развитие личности обучающегося, а также на формирование их цифровых компетенций [Атаманова, 2023];
- процесс персонализации и индивидуализации обучения с использованием педагогических инструментов, обеспечивающих достижение эффективных результатов для студентов поколения Z [Biemans et al., 2016; Никитина, Павлова, 2022];
- процесс осуществления оценки результатов обучения студентов через использование различных форм и методов [Коршунова, Ракипова, 2020; Бородина, 2021; Цыренова, Лумбунова, 2021; Алешковский и др., 2023], а также посредством организации конструктивной обратной связи с обучающимися [Кириллова, Кирина, 2022];
- процесс профессионально организованной коммуникации преподавателя и студентов, способствующий передаче социокультурных и нравственных ценностей общества, а также повышению уровня коммуникативной компетентности [Козилова, 2020];
- процесс формирования у студентов научного мировоззрения, системы современных профессиональных знаний, развитие творческих способностей [Баттаев, Кумахова, 2019];
- процесс вовлечённости студентов в научную деятельность для развития творческих способностей и самостоятельности [Нарбут и др., 2023];
- процесс, включающий освоение содержания учебных дисциплин и научную деятельность [Леш, 2022];
- процесс формирования профессиональных компетенций, способствующих адаптации студентов в современном профессиональном сообществе [Соколова, 2022];
- процесс создания преподавателями мотивационной среды, которая, определяя содержательно-смысловые особенности процесса обучения, способствует повышению интереса обучающихся к знаниям, творческой деятельности, формирует мотивацию к профессиональному и личностному развитию [Бородина, 2021].

С нашей точки зрения, процесс обучения в вузе – это целенаправленный, социально обусловленный процесс организации образовательной деятельности (в рамках содержания образовательных программ по профилям подготовки) и научной деятельности:

<sup>1</sup> Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. 2005. Педагогический словарь. Москва, Academia, 173 с.



ориентированный на получение профессиональных знаний, умений, навыков и компетенций, развитие личностных качеств обучающихся; осуществляемый через совместную деятельность педагога и обучаемых с использованием дидактически обоснованных форм, методов и средств для мотивации, освоения содержания учебной деятельности и оценки результатов обучающихся.

Анализ определений процесса обучения в вузе с точки зрения разных авторов привел нас к пониманию, что процесс обучения в вузе включает следующие структурные компоненты: целевой (цели и задачи профессиональной подготовки студентов), содержательный (совокупность знаний, умений и навыков; компетенций, ценностных ориентаций, опыт практической деятельности, творчества и общения), научный (научно-исследовательская деятельность), организационно-деятельностный (педагогические инструменты организации процесса обучения: принципы обучения, формы, методы, средства), коммуникативный (взаимодействие студентов с преподавателями в направлении осуществления профессиональной подготовки), мотивационный (мотивационная среда, обеспечивающая персонализацию и индивидуализацию процесса обучения) и оценочно-результативный (результаты обучения и формы их оценивания) компоненты.

## **2. Студенты поколения Z: ценностный профиль и образовательные запросы.**

Студенты современного вуза – представители поколения Z. Содержание процесса обучения должно соответствовать запросам современных студентов.

Результаты исследований различных авторов показали, что студенты поколения Z имеют следующие типичные черты:

- наглядно-образное мышление, клиповое мышление [Цыренова, Лумбунова, 2021];
- склонность к режиму многозадачности как способность одновременного выполнения нескольких задач или видов деятельности [Buda et al, 2020; Морозова и др., 2023];
- стремление к саморазвитию через увлечение творческими занятиями [Рындак, 2019];
- низкую степень критического и системного мышления [Петрунева и др., 2019];
- ориентацию на результат при выполнении любого вида деятельности;
- прагматизм;
- способность к комфортному виртуальному общению [Подстрахова, 2019];
- иллюзию собственной эффективности как переоценка своих возможностей [Петрунева и др., 2019];
- низкую готовность к выполнению сложных заданий;
- эмоциональную ориентированность на внутренний мир [Блинов, Сергеев, Есенина, 2019];
- восприимчивость к новой информации, открытость к переменам [Yarullina, 2021];
- стремление к творческим проектам [Тазов, 2020];
- техническую и информационную грамотность;
- потребительское поведение [Bassiouni, Hackley, 2014] и другие.

Интереса заслуживают работы зарубежных и отечественных авторов, которые исследуют ценностные приоритеты студентов поколения Z.

П.Ю. Тазов в своей работе отмечает рост таких ценностных ориентаций как «самореализация», «приятное времяпрепровождение», «патриотизм» и другие [Тазов, 2020].

Поколение Z может работать волонтерами, если они поймут, что их помощь необходима в решении мировых проблем и они имеют возможность оставить свой след в обществе [Шлегель, 2022].

Представители поколения Z:

- стремятся к осуществлению волонтерской деятельности [Perić et al., 2021];
- признают равенство всех людей вне зависимости от социального происхождения [Сушко, 2022];
- ценят актуальные знания как критерий востребованности и социальной мобильности в современном обществе [Шлегель, 2022];

- ценят свою свободу, которая предоставляет возможность выбора своего жизненного пути, даже если надо поступиться моральными принципами и нормами [Сушко, 2022];
- признают ценность непрерывного образования для достижения профессиональной карьеры [Yarullina, 2021];
- признают значимость экологических проблем в мире и готовы поддерживать инициативы в этом направлении [Шлегель, 2022];
- стремятся к осуществлению предпринимательской деятельности для достижения своей значимости в глазах общества [Шлегель, 2022].

С целью изучения ценностных приоритетов студентов, авторами в период с сентября 2023 г. по апрель 2024 г. было проведено анкетирование 400 студентов Волгоградского государственного технического университета. Анкетирование студентов включало 2 блока вопросов: 1-й блок «Ценностные приоритеты в жизни поколения Z», 2-й блок «Приоритеты студентов поколения Z в высшем образовании». Результаты анкетирования по 1 блоку отражены в табл. 1.

Результаты анкетирования демонстрируют, что семья является важной ценностью в жизни поколения Z. Доверительные отношения с родителями являются, по мнению студентов, фактором достижения успеха в жизни. Поколение Z уверены, что достичь успеха в жизни они могут за счет своей практичности, самостоятельности, трудолюбия, независимости, самореализации, готовности к изменениям, профессиональных навыков. Успех в жизни они связывают с наличием интересной работы, высокой профессиональной квалификацией, финансовой независимостью. При этом для достижения задуманных планов поколение Z демонстрирует готовность терпеть бытовые неудобства, жить среди людей чужой национальности и культуры и даже пожертвовать жизненными принципами. Представители поколения Z активно интересуются общественными проблемами, уверены, что являются носителями новых прогрессивных идей в современном обществе, и способны поднять общество на новую ступень развития.

Мы сравнили результаты анкетирования с результатами других подобных исследований. В работе Н.С. Бастраковой, О.В. Мухлыниной, А.А. Шарова [Бастракова и др., 2020] представлены результаты анкетирования студентов Российского государственного профессионально-педагогического университета и Екатеринбургского колледжа электроэнергетики и машиностроения. Авторы исследования выявили следующие жизненные ценности представителей поколения Z: семья, здоровье, карьера, дружба, финансовое благополучие. В работе также отмечается, что приоритетом для студентов являются самореализация, саморазвитие, самовыражение, достижение успеха в определенном хобби, приобретение популярности в социальных сетях, веселое времяпрепровождение.

Другими исследователями проведено анкетирование студентов Сибири, Дальнего Востока, Москвы и некоторых других регионов России. Выявлено, что ценностями для студентов являются самостоятельность и независимость в достижении целей, безопасность жизни. В исследовании отмечается направленность студентов на ценности «самовозвышения», а на уровне индивидуальных приоритетов - открытость к изменениям [Яницкий и др., 2019].

В исследовании Е.В. Зиновьевой и Е.А. Кузнецовой [Зиновьева, Кузнецова, 2022] представлены результаты анкетирования представителей поколения Z, проживающих в крупных городах (г. Москва, г. Санкт-Петербург, г. Новосибирск, г. Екатеринбург, г. Краснодар, г. Уфа и др.). Определены приоритетные ценности для поколения: богатство, материально-обеспеченная жизнь и интересная работа. Также в работе были отмечены такие ценности, как физическое и психологическое здоровье, важность уверенности в себе для личностного роста, важность отношений и достижения отношений, а также важность чувства общности.



Таблица 1

Ответы респондентов по блоку 1 «Ценностные приоритеты в жизни поколения Z»  
 Respondents' answers to block 1 "Value priorities in the life of generation Z"

Вопросы	Количество ответов, %
<b>1. Ваши ценности в жизни</b>	
семья	25
денежные средства	13
финансовая независимость	9
моя самореализация	8
востребованная в обществе профессия	8
получение профессиональных знаний	7
комфортная жизнь	7
другое	23
<b>2. Значение семьи в вашей жизни</b>	
интересы семьи на первом месте	23
планирую в ближайшее время собственную семью	21
взаимоотношения с близкими родственниками важны для меня	8
фактор достижения успеха	30
комфортность	13
другое	5
<b>3. Кому вы доверяете в жизни?</b>	
товарищам	7
своим родителям	69
только себе	17
социальным медиа	1
СМИ	7
другое	6
<b>4. В чем выражается достижение успеха в вашей жизни?</b>	
осуществление поставленных целей в направлении самореализации	26
свобода и независимость от других людей	15
наличие интересной работы	14
стать квалифицированным работником	11
финансовая независимость	8
другое	26
<b>5. Какие качества личности позволяют Вам достичь жизненных целей?</b>	
трудолюбие	16
стремление к поставленной цели	16
ответственность	11
уверенность в своих силах	11
умение себя организовать	10
коммуникативные навыки	10
другое (практичность, смелость, честность, независимость)	26

Окончание табл. 1

Вопросы	Количество ответов, %
<b>6. Для достижения своих целей Вы согласны....</b>	
смириться с бытовыми неудобствами	21
работать и жить с людьми чужой национальности и культуры	21
работать за низкую зарплату	15
изменить свои жизненные принципы	13
работать в коллективе с психологическим дискомфортом	9
работать без официального трудоустройства	9
рисковать своим здоровьем	5
другое	7
<b>6. Какова степень Вашей уверенности в достижении поставленных жизненных целей?</b>	
Полностью уверен(а)	41
Больше «уверен(а)», чем «не уверен(а)»	49
Больше «не уверен(а)», чем «уверен(а)»	5
Не уверен(а)	0
Не могу ответить	5
<b>8. Можете ли Вы самостоятельно реализовать свои планы?</b>	
да, у меня достаточно способностей достичь своих целей	58
нет, мне нужна поддержка	20
не думал об этом	19
другое	3
<b>9. Чтобы построить профессиональную карьеру, какие качества личности необходимы?</b>	
трудолюбие	20
наличие профессиональных компетенций	18
эффективная коммуникация	14
стремление к самореализации в профессиональной сфере	11
уважение к другим людям	7
настойчивость	7
другое (готовность к изменениям, личная мотивация, практические навыки, высокий уровень развития интеллекта, профессиональные знания)	23
<b>10. Я считаю, что моё поколение...</b>	
зависит от внешних и внутренних условий развития общества	13
не имеет возможности и желания изменить современный мир	10
способно поднять общество на новую ступень развития	26
выступает носителем новых прогрессивных идей в современном обществе	42
не имеет ценностных идеалов из за социальной нестабильности в мире	7
другое	3



Опрос респондентов Кемеровской области позволил авторам исследования доказать значимость для поколения Z ценностей семьи. Поколение Z считают заботу о семейном благополучии значимой ценностью, отношения с родственниками являются доверительными. Важное значение поколение Z уделяет саморазвитию, развитию своих способностей в творчестве, обучении [Григорьева, Хакимова, 2020].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что результаты настоящего исследования не противоречат результатам других авторов, а расширяют диапазон ценностных приоритетов поколения Z.

Результаты исследований позволили построить ценностный профиль поколения Z (табл. 2).

Анализ ответов респондентов по блоку 2 демонстрирует приоритеты высшего образования для поколения Z. Студенты связывают получение высшего образования с получением профессиональных знаний и расширением кругозора, с возможностью стать хорошим специалистом и иметь высокооплачиваемую должность. С их позиции вуз должен предоставлять гарантии студентам в трудоустройстве после его окончания, это обстоятельно играет важную роль в выборе вуза. Однако для некоторых студентов получение высшего образования – это удовлетворение желания родителей, а также способ избежать службы в армии. Результаты анкетирования показывают, что для поколения Z важны семейные ценности, доверительные отношения с родителями, которые влияют на их жизненные планы.

По мнению студентов, учебные занятия должны иметь интерактивный характер, включать визуальные лекции, кейсовые и проектные задания. В процессе обучения ценным для студентов является-установление контактов с потенциальными работодателями. Наиболее эффективной формой общения с преподавателями является контактная работа в аудитории, что оказывает непосредственное влияние на мотивацию студентов к получению знаний. Положительно студенты относятся и к онлайн обучению. Кроме учебной деятельности для студентов поколения Z важна и досуговая деятельность, которая, по их мнению, должна включать разнообразные и интересные студенческие мероприятия. Досуговая деятельность способствует поиску новых друзей.

Результаты научных педагогических исследований и анкетирование студентов позволили авторам составить ценностный профиль поколения Z как совокупность их убеждений в отношении себя и окружающего мира.

С нашей точки зрения ценностный профиль студентов поколения Z включает:

- ценность знаний и непрерывного образования для достижения профессиональной карьеры;
- техническую и информационную грамотность, что способствует развитию цифровой экономики и появлению новых профессий на рынке труда;
- индивидуальное самовыражение через общение в социальных сетях, творческих проектах, хобби;
- семейные ценности как фактор достижения счастья, успеха и поддержки в реализации жизненных планов;
- толерантность как признание равенства всех людей вне зависимости от социального происхождения и национальности, стремление к коммуникации в международном сообществе;
- активность гражданской позиции – проявление интереса к решению экологических и других мировых проблем в обществе через разработку и реализацию новых инновационных идей;
- оптимизм – веру в свои силы и готовность поднять общество на новую ступень развития.

Таблица 2

Ответы респондентов по блоку 2  
«Приоритеты студентов поколения Z в высшем образовании»  
Respondents' answers to block 2  
"Priorities of higher education from the perspective of Generation Z students"

Вопросы	Количество ответов, %
<b>1. Что даёт мне высшее образование?</b>	
возможность быть хорошим специалистом	30
возможность найти хорошую работу	23
широкий кругозор знаний	21
общение с преподавателями	9
другое	17
<b>2. Моя мотивация к высшему образованию</b>	
новые знания	11
самореализация	13
профессия	12
желание стать квалифицированным работником	26
желание получить высокооплачиваемую работу	21
другое	17
<b>3. Какие факторы повлияли на Ваш выбор вуза?</b>	
гарантии получить работу	100
рейтинг ВУЗа	0
возможности получать опыт у практиков преподавателей	0
другое	0
<b>5. Во время учебы в вузе для меня важно...</b>	
выстроить отношения с будущими работодателями во время производственных практик	43
участвовать в студенческих мероприятиях	14
приобрести новых друзей	18
весело проводить учебу и досуг	21
другое	4
<b>6. Какие формы учебных занятий для вас интересны?</b>	
общение с преподавателем в аудитории	68
общение по видеосвязи	29
другое	3
<b>6. Какой вид занятий для вас приоритетней?</b>	
интерактивные семинары	16
учебные практики на производстве	12
групповые консультации	11
занятия с разбором реальных ситуаций	21
самостоятельная работа	8
тесты	8
другое	24



Поколение Z формирует следующие образовательные запросы к высшему образованию:

- на технологическую обеспеченность процесса обучения;
- на получение профессиональных знаний, отвечающих требованиям цифровой экономики и рынка труда;
- на практическую ориентированность учебных занятий;
- на оказание поддержки в трудоустройстве после окончания вуза;
- на интересную и разнообразную досуговую деятельность;
- на производственную практику на предприятиях;
- на преобладание интерактивных занятий;
- на доступную и эффективную обратную связь с преподавателями в рамках освоения учебных дисциплин.

Под доминантами процесса обучения мы понимаем доминирующие компоненты процесса обучения в вузе, которые способствуют профессиональному и личностному развитию студентов поколения Z.

С нашей точки зрения к доминирующим компонентам процесса обучения студентов поколения Z относятся: целевой компонент (получение профессиональных знаний в соответствие с требованиями цифровой экономики и рынка труда; наличие возможности трудоустройства после окончания вуза); содержательный компонент (профессиональные знания; ценность непрерывного образования для построения профессиональной карьеры, умения и навыки в рамках профессии; техническая и информационная грамотность, социальный опыт построения отношений с будущими работодателями во время производственных практик); организационно-деятельностный компонент (креативный и инновационный характер практических занятий в направлении решения реальных производственных задач; технологическая обеспеченность и интерактивный характер учебных занятий; персонализация и индивидуализация процесса обучения); коммуникативный компонент (очное общение с преподавателями в аудитории; важность отношений в коллективе; доступная и эффективная обратная связь с преподавателями в рамках освоения учебных дисциплин с использованием цифровых инструментов; возможность получать практический опыт у преподавателей-практиков).

### **Заключение**

Таким образом, процесс обучения в вузе – это целенаправленный, социально обусловленный процесс организации образовательной деятельности и научной деятельности, ориентированный на получение профессиональных знаний, умений, навыков и компетенций, развитие личностных качеств обучающихся; осуществляемый через совместную деятельность педагога и обучаемых с использованием дидактически обоснованных форм, методов и средств для мотивации, освоения содержания учебной деятельности и оценки результатов обучающихся.

Студенты поколения Z имеют следующие типичные черты: низкую степень критического и системного мышления, способность к комфортному виртуальному общению, восприимчивость к новой информации, открытость к переменам, техническую и информационную грамотность и другие.

Важную роль в процессе обучения студентов поколения Z играет их ценностный профиль, который включает: ценность знаний и непрерывного образования; индивидуальное самовыражение, толерантность, активность гражданской позиции и другое.

Студенты поколения Z формируют следующие образовательные запросы на получение профессиональных знаний, отвечающих требованиям цифровой экономики и

рынка труда; на практическую ориентированность учебных занятий; на оказание поддержки в трудоустройстве после окончания вуза; на интересную и разнообразную досуговую деятельность и другие.

В результате исследования определены доминирующие компоненты процесса обучения для студентов поколения Z: целевой компонент (получение профессиональных знаний в соответствии с требованиями цифровой экономики и рынка труда и другие); содержательный компонент (профессиональные знания; техническая и информационная грамотность и другие); организационно-деятельностный компонент (технологическая обеспеченность и интерактивный характер учебных занятий; персонализация и индивидуализация процесса обучения и другие); коммуникативный компонент (очное общение с преподавателями в аудитории; доступная и эффективная обратная связь с преподавателями в рамках освоения учебных дисциплин с использованием цифровых инструментов и другие).

Выявленные доминирующие компоненты процесса обучения в вузе для поколения Z являются основой как для повышения качества профессиональной подготовки будущих кадров для цифровой экономики, так и для дальнейших исследований. В перспективе исследований-изучение показателей результативности обучения студентов поколения Z.

### Список литературы

- Алешковский И.А., Гаспаршвили АТ., Крухмалева О.В., Нарбут Н.П., Савина Н.Е. 2023. Особенности формирования образовательных траекторий российских студентов: оценка и возможности. *Высшее образование в России*, 32(4): 137–152. DOI: [10.31992/0869-3617-2023-32-4-137-155](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2023-32-4-137-155)
- Атаманова Г.И. 2023. Структурная модель образовательной деятельности в условиях цифровой трансформации. *Международный научно-исследовательский журнал*, 3(129): 37. DOI: [10.23670/IRJ.2023.129.76](https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.129.76)
- Бастракова Н.С., Мухлынина О.В., Шаров А.А. 2020. Представления цифрового поколения о главных ценностях жизни. *Профессиональное образование и рынок труда*, 3: 41–48. DOI: [10.24411/2307-4264-2020-10306](https://doi.org/10.24411/2307-4264-2020-10306)
- Баттаев Э.А., Кумахова Д.Б. 2019. Особенности учебного процесса в высшей школе. *Экономика и социум*, 12(67): 251–253.
- Блинов В.И., Сергеев И.С., Есенина Е.Ю. 2019. Основные идеи дидактической концепции цифрового профессионального образования и обучения. Москва, Перо, 24 с.
- Бородина Т.С. 2021. Интеграция учебной и научно-исследовательской деятельности студентов в условиях цифровизации высшего образования. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 3(156): 26–29.
- Григорьева Е.В., Хакимова Н.Р. 2020. Особенности системы семейных ценностей поколения Z. *Вестник Кемеровского государственного университета*, 4: 982–991. DOI: [10.21603/2078-8975-2020-22-4-982-991](https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-4-982-991)
- Зиновьева Е.В., Кузнецова Е.А. 2022. Ценностные ориентации представителей поколения Z с разной степенью согласия с ценностными посланиями лидеров мнений в цифровой среде. *Петербургский психологический журнал*, 41: 26–29.
- Кириллова С.С., Кирина И.Б. 2022. Разнообразие оценочных средств как условие эффективности образовательного процесса. *Наука и образование*, 5(1): 134.
- Козилова Л.В. 2020. Роль студенческо-преподавательских коммуникаций в обогащении профессионально-ориентирующего потенциала вуза. *Педагогический журнал*, 10(3–1): 494–504. DOI: [10.34670/AR.2020.13.43.104](https://doi.org/10.34670/AR.2020.13.43.104)
- Коршунова О. В., Ракипова М. Ш. 2020. Оценивание образовательных достижений студентов вузов в контексте прагматического подхода. *Перспективы науки и образования*, 43(1): 24–38. DOI: [10.32744/pse.2020.1.2](https://doi.org/10.32744/pse.2020.1.2)
- Костромина Н.В. 2008. Процесс обучения в высшей школе. *Медицина и образование в Сибири*, 2: 9.
- Леш С.Р. 2022. Теоретические аспекты проблемы коммуникации в образовательной среде вуза. *Проблемы современного педагогического образования*, 77–4: 173–175.



- Морозова И.А., Шевченко С.А., Кузьмина Е.В. 2023. Абитуриент вуза как представитель поколения Z: личностные качества и ценностные ориентиры. *Вопросы журналистики, педагогики и языкознания*, 42(1): 90–104. DOI: [10.52575/2712-7451-2023-42-1-90-104](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2023-42-1-90-104)
- Нарбут Н.П., Алешковский И.А., Гаспаришвили А.Т., Крухмалева О.В., Савина Н.Е. 2023. Вовлеченность студентов в научную работу в период обучения в вузе: социологический анализ. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*, 2: 256–271. DOI: [10.22363/2313-2272-2023-23-2-256-271](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2023-23-2-256-271)
- Никитина А.А., Павлова Е.В. 2022. Психологическое своеобразие мотивации студентов, вовлеченных в различные виды деятельности: опыт трендового исследования. *Казанский педагогический журнал*, 3: 240–242. DOI: [10.51379/KPJ.2022.153.3.031](https://doi.org/10.51379/KPJ.2022.153.3.031)
- Паночевный П.Н., Ли А.А. 2022. Проблемы обучения студентов в условиях цифровой трансформации вуза. *Педагогический журнал*, 12(2А): 553–559. DOI: [10.34670/AR.2022.31.67.058](https://doi.org/10.34670/AR.2022.31.67.058)
- Петрунева Р.М., Васильева В.Д., Петрунева Ю.В. 2021. Проблемы дидактики высшей школы: неразрезанные страницы. *Высшее образование в России*, 8–9: 56–68. DOI: [10.31992/0869-3617-2021-30-8-9-56-68](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-8-9-56-68)
- Подстрахова А.В. 2019. Образовательные ценности современной молодежи в условиях открытого информационного пространства. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*, 3: 59–63. DOI: [10.23672/SAE.2019.2019.28031](https://doi.org/10.23672/SAE.2019.2019.28031)
- Рындак В.Г. 2019. Профессиональное самоопределение студентов из поколения Z: проблемы, пути решения. *Вестник Оренбургского государственного университета*, 5(223): 91–99. DOI: [10.25198/1814-6457-222-91](https://doi.org/10.25198/1814-6457-222-91)
- Соколова Е.В. 2022. Исследование потребностей современных студентов вуза при организации электронного обучения. *KANT*, 3(44): 312–317. DOI: [10.24923/2222-243X.2022-44.57](https://doi.org/10.24923/2222-243X.2022-44.57)
- Сушко П.Е. 2022. Специфика ценностных ориентаций и жизненных установок российской молодежи: есть ли межпоколенческий раскол? *Проблемы национальной стратегии*, 3(72): 10–27. DOI: [10.52311/2079-3359\\_2022\\_3\\_10](https://doi.org/10.52311/2079-3359_2022_3_10)
- Тазов П.Ю. 2020. Вопросы цифрового обучения и методы повышения эффективности обучения цифрового поколения в условиях цифровой среды. *Современные наукоемкие технологии*, 6–2: 385–391. DOI: [10.17513/snt.38121](https://doi.org/10.17513/snt.38121)
- Толстикова И.И., Игнатъева О.А., Кондратенко К.С., Плетнев А.В. 2020. Цифровое поведение и характеристики личности поколения Z в условиях глобальной цифровизации. В кн.: Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. Сборник научных трудов. Вып. 4. Труды XXIII Международной объединенной научной конференции «Интернет и современное общество», IMS-2020 (Санкт-Петербург, 17-20 июня 2020 г.). Под ред. Д.Е. Прокудина. Санкт-Петербург, Ун-т ИТМО: 103–115.
- Цыренова В.Б., Лумбунова Н.Б. 2021. Управление учебной мотивацией студентов в условиях цифровизации. *Вестник Томского государственного университета*, 470: 203–209. DOI: [10.17223/15617793/470/24](https://doi.org/10.17223/15617793/470/24)
- Шамис Е., Никонов Е. 2017. Теория поколений. Необыкновенный Икс. Москва, Университет Синергия, Школа Бизнеса, 138 с.
- Шлегель Е. В. 2022. Поколение Z: типические черты и ценностные ориентации. *Вестник Гуманитарного университета*, 2(37): 122–130. DOI: [10.35853/vestnik.gu.2022.2\(37\).12](https://doi.org/10.35853/vestnik.gu.2022.2(37).12)
- Яницкий М.С., Серый А.В., Брауна О.А., Пелех Ю.В., Маслова О.В., Сокольская М.В., Санжаева Р.Д., Монсонова А.Р., Дагбаева С.Б., Неяскина Ю.Ю., Кадыров Р.В., Капустина Т.В. 2019. Система ценностных ориентаций «поколения Z»: социальные, культурные и демографические детерминанты. *Сибирский психологический журнал*, 72: 46–67. DOI: [10.17223/17267080/72/3](https://doi.org/10.17223/17267080/72/3)
- Bassiouni D.H., Hackley C. 2014. Generation Z children's adaptation to digital consumer culture: A critical literature review. *Journal of Customer Behaviour*, 13(2): 113–133. DOI: [10.1362/147539214X14024779483591](https://doi.org/10.1362/147539214X14024779483591)
- Biemans H., Mariën H., Fleur E, Tobi H. Nieuwenhuis L, Runhaar P. 2016. Students' Learning Performance and Transitions in Different Learning Pathways to Higher Vocational Education. *Vocations and Learning*, 9: 315–332. DOI: [10.1007/s12186-016-9155-6](https://doi.org/10.1007/s12186-016-9155-6)
- Buda G., Pethes B., Lehota J. 2020. Dominant Consumer Attitudes in the Sharing Economy-A Representative Study in Hungary. *Resources*, 9(1): 1. DOI: [10.3390/resources9010001](https://doi.org/10.3390/resources9010001)

- Perić J., Leko Šimić M., Pevnaya M.V., Sharma E. 2021. Generation Z and volunteering: A national culture perspective. *The Education and Science Journal*, 23(1): 44–72. DOI: [10.17853/1994-5639-2021-1-44-72](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2021-1-44-72)
- Yarullina L. 2021. Digital learning at the University of Architecture and Civil Engineering: psychological risks and effects. In: E3S Web of Conferences Volume 274 (2021). 2nd International Scientific Conference on Socio-Technical Construction and Civil Engineering (STCCE - 2021) (Kazan, April 21–28, 2021). Vol. 274. France, EDP Sciences. P. 9007. DOI: [10.1051/e3sconf/202127409007](https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127409007)

## References

- Aleshkovsky, I.A., Gasparishvili, A.T., Krukhmaleva, O.V., Narbut, N.P., Savina, N.E. 2023. Peculiarities of the Formation of Educational Trajectories of Russian Students: Assessment and Opportunities. *Higher Education in Russia*, 32(4): 137–152 (in Russian). DOI: [10.31992/0869-3617-2023-32-4-137-155](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2023-32-4-137-155)
- Atamanova G.I. A Structural Model of Educational Activities in the Context of Digital Transformation. *International Research Journal*, 3(129): 37 (in Russian). DOI: [10.23670/IRJ.2023.129.76](https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.129.76)
- Bastrakova N.S., Mukhlynina O.V., Sharov A.A. 2020. Representation of the Digital Generation about the Main Values of Life. *Vocational Education & Labour Market*, 3: 41–48 (in Russian). DOI: [10.24411/2307-4264-2020-10306](https://doi.org/10.24411/2307-4264-2020-10306)
- Battaev E.A., Kumakhova J.B. 2019. Features of the Educational Process in Higher Education. *Ekonomika i sotsium*, 12(67): 251–253.
- Blinov V.I., Sergeev I.S., Esenina E.Yu. 2019. Osnovnye idei didakticheskoi kontsep-tsii tsifrovogo professional'nogo obrazovaniya i obucheniya [Main ideas of the didactic concept of digital professional education and training]. Moscow, Publ. Pero, 24 p.
- Borodina T.S. 2021. Integration of educational and scientific research work of students in the conditions of the digitalization of higher education. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 3(156): 26–29.
- Grigoryeva E.V., Khakimova N.R. 2020. Specific Features of the Generation Z Family Values System. *Bulletin of Kemerovo State University*, 22(4): 982–991 (in Russian). DOI: [10.21603/2078-8975-2020-22-4-982-991](https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-4-982-991)
- Zinov'eva E.V., Kuznetsova E.A. 2022. Value orientations of representatives of generation Z with varying degrees of agreement with the value messages of opinion leaders in the digital environment. *Peterburgskii psikhologiiicheskii zhurnal*, 41: 26–29.
- Kirillova S.S., Kirina I.B. 2022. A variety of evaluation tools as a condition for the Effectiveness of the educational process. *Nauka i obrazovanie*, 5(1).
- Kozilova LV. 2020. The role of student-teacher communications in enriching the professional-oriented potential of the University *Pedagogical Journal*, 10(3–1): 494–504 (in Russian). DOI: [10.34670/AR.2020.13.43.104](https://doi.org/10.34670/AR.2020.13.43.104)
- Korshunova O.V., Rakipova M.S. 2020. Assessment of university students' educational achievements in the context of praxeological approach. *Perspectives of Science and Education*, 43(1), 24–38 (in Russian). DOI: [10.32744/pse.2020.1.2](https://doi.org/10.32744/pse.2020.1.2)
- Kostromina N.V. 2008. Protsess obucheniya v vysshei shkole [The learning process in higher education]. *Meditsina i obrazovanie v Sibiri*, 2: 9.
- Lesh S.R. 2022. Teoreticheskie aspekty problemy kommunikatsii v obrazovatel'noi srede vuza [Theoretical aspects of the problem of communication in the educational environment of the university]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 77–4: 173–175.
- Morozova I.A., Shevchenko S.A., Kuzmina C.V. 2023. University Entrant as a Representative of Generation Z: Personal Qualities and Value Orientations. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 42(1): 90–104 (in Russian). DOI: [10.52575/2712-7451-2023-42-1-90-104](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2023-42-1-90-104)
- Narbut N.P., Aleshkovski I.A., Gasparishvili A.T., Krukhmaleva O.V., Savina N.E. 2023. Students' engagement in research at the university: a sociological analysis. *RUDN Journal of Sociology*, 2: 256–271 (in Russian). DOI: [10.22363/2313-2272-2023-23-2-256-271](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2023-23-2-256-271)
- Nikitina A.A., Pavlova E.V. 2022. Psychological peculiarities of the motivation of students involved in various activities: the experience of trend research. *Kazan Pedagogical Journal*, 3: 240–242 (in Russian). DOI: [10.51379/KPJ.2022.153.3.031](https://doi.org/10.51379/KPJ.2022.153.3.031)
- Panochevnyi P.N., Li A.A. 2022. Problems of teaching students in conditions of digital transformation of higher educational institution. *Pedagogical Journal*, 12(2A): 553–559 (in Russian). DOI: [10.34670/AR.2022.31.67.058](https://doi.org/10.34670/AR.2022.31.67.058)



- Petruneva R.M., Vasilyeva V.D., Petruneva Yu.V. 2021. Problems of Higher School Didactics: Uncut Pages. *Higher Education in Russia*, 8–9: 56–68 (in Russian). DOI: [10.31992/0869-3617-2021-30-8-9-56-68](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2021-30-8-9-56-68)
- Podstrakhova A.V. 2019. Educational Values of Modern Youth Living in Global Information Environemnt. *Humanities, Socio-Economic and Social Sciences*, 3: 59–63 (in Russian). DOI: [10.23672/SAE.2019.2019.28031](https://doi.org/10.23672/SAE.2019.2019.28031)
- Ryndak V.G. 2019. Professional self-determination of generation Z students: problems, ways of solution. *Bulletin of Orenburg State University*, 5(223): 91–99 (in Russian). DOI: [10.25198/1814-6457-222-91](https://doi.org/10.25198/1814-6457-222-91)
- Sokolova E.V. 2022. Research of the needs of modern university students in the organization of e-learning. *KANT*, 3(44): 312–317 (in Russian). DOI: [10.24923/2222-243X.2022-44.57](https://doi.org/10.24923/2222-243X.2022-44.57)
- Sushko P.E. 2022. Specifics of Russian Youth's Axiological Orientation and Life Principles: is There an Intergenerational Split? *National Strategy Issues*, 3(72): 10–27 (in Russian). DOI: [10.52311/2079-3359\\_2022\\_3\\_10](https://doi.org/10.52311/2079-3359_2022_3_10)
- Tazov P.Yu. 2020. Digital learning issues and methods for increasing the digital Generation learning efficiency in digital environment. *Modern High Technologies*, 6–2: 385–391 (in Russian). DOI: [10.17513/snt.38121](https://doi.org/10.17513/snt.38121)
- Tolstikova I.I., Ignat'eva O.A., Kondratenko K.S., Pletnev A.V. 2020. Tsifrovoye povedenie i kharakteristiki lichnosti pokoleniya Z v usloviyakh global'noi tsifrovizatsii [Digital behavior and personality characteristics of generation Z in the context of global digitalization]. In: Informatsionnoe obshchestvo: obrazovanie, nauka, kul'tura i tekhnologii budushchego [Information society: education, science, culture and technologies of the future]. Collection of scientific papers. Issue 4. Proceedings of the XXIII International United Scientific Conference "Internet and Modern Society", IMS-2020 (St. Petersburg, June 17-20, 2020). Ed. D.E. Prokudin. St. Petersburg, Publ. Un-t ITMO: 103–115.
- Tsyrenova V.B., Lumbunova N.B. 2021. Managing Students' Learning Motivation in the Digitalization Context. *Tomsk State University Journal*, 470: 203–209 (in Russian). DOI: [10.17223/15617793/470/24](https://doi.org/10.17223/15617793/470/24)
- Shamis E., Nikonov E. 2017. Teoriya Pokolenii. Neobyknovennyi Iks [Theory of Generations. Extraordinary X]. Moscow, Publ. Universidad Sinergiya, Shkola Biznesa, 138 p.
- Shlegel E.V. 2022. Generation Z: Typical Traits and Value Orientations. *Bulletin of Liberal Arts University*, 2(37): 122–130 (in Russian). DOI: [10.35853/vestnik.gu.2022.2\(37\).12](https://doi.org/10.35853/vestnik.gu.2022.2(37).12)
- Yanitskija M.S., Seryja A.V., Brauna O.A., Pelekhb Yu.V., Maslovac O.V., Sokolskayad M.V., Sanzhayevae R.D., Monsonovae A.R., Dagbaevaf S.B., Neyaskinag Yu.Y., Kadyrovh R.V., Kapustinah T.V. 2019. The Value Orientations System of Generation Z: Social, Cultural and Demographic Determinants. *Siberian Journal of Psychology*, 72: 46–67 (in Russian). DOI: [10.17223/17267080/72/3](https://doi.org/10.17223/17267080/72/3)
- Bassiouni D.H., Hackley C. 2014. Generation Z children's adaptation to digital consumer culture: A critical literature review. *Journal of Customer Behaviour*, 13(2): 113–133. DOI: [10.1362/147539214X14024779483591](https://doi.org/10.1362/147539214X14024779483591)
- Biemans H., Mariën H., Fleur E, Tobi H. Nieu-wenhuis L, Runhaar P. 2016. Students' Learning Performance and Transitions in Different Learning Pathways to Higher Vocational Education. *Vocations and Learning*, 9: 315–332. DOI: [10.1007/s12186-016-9155-6](https://doi.org/10.1007/s12186-016-9155-6)
- Buda G., Pethes B., Lehota J. 2020. Dominant Consumer Attitudes in the Sharing Economy-A Representative Study in Hungary. *Resources*, 9(1): 1. DOI: [10.3390/resources9010001](https://doi.org/10.3390/resources9010001)
- Perić J., Leko Šimić M., Pevnaya M.V., Sharma E. 2021. Generation Z and volunteering: A national culture perspective. *The Education and Science Journal*, 23(1): 44–72 (in Russian). DOI: [10.17853/1994-5639-2021-1-44-72](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2021-1-44-72)
- Yarullina L. Digital learning at the University of Architecture and Civil Engineering psychological risks and effects. 2021. 2nd International Scientific Conference on Socio-Technical Construction and Civil Engineering. France., EDP Sciences, 274: 9007. DOI: [10.1051/e3sconf/202127409007](https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127409007).

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.  
**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.



Поступила в редакцию 12.09.2024  
Поступила после рецензирования 31.10.2024  
Принята к публикации 10.03.2025

Received September 12, 2024  
Revised October 31, 2024  
Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Шевченко Светлана Алексеевна**, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград, Россия.

**Кузьмина Екатерина Валериевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград, Россия.

**Трунина Валентина Фёдоровна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград, Россия.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Svetlana A. Shevchenko**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia.

**Ekaterina V. Kuzmina**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia.

**Valentina F. Trunina**, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia.



## ЯЗЫКОЗНАНИЕ LINGUISTICS

УДК 81

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-126-137

### Nigerian and British Media Texts as the Result of Language and Culture Symbiosis

**Marina D. Bogdanova**

Stary Oskol branch of Belgorod State National Research University,  
18 Solnechny St, Stary Oskol 309502, Russia  
[bogdanova-marina.busy@yandex.ru](mailto:bogdanova-marina.busy@yandex.ru)

**Abstract.** In modern contact linguistics there is a significant gap in the field of language variants functioning in texts of various genres. The specifics of British English adaptation as a means of global communication in the texts of foreign-language media are insufficiently studied. The aim of the research is to identify the linguistic and stylistic properties of Nigerian English on the example of media texts as compared to British English. The peculiarities of the content and linguistic aspects of newspaper publications are examined through comparative and contrastive analysis of British English and the Nigerian variant of English. A classification of Nigerian information sources is proposed, and key sections of Nigerian media texts are determined, including: Politics, Finance, Sport events, Healthcare, and other ones. The peculiarities of British English adaptation in media texts are identified, which include: lexical, grammatical and syntactic simplification resulting from the influence of autochthonous languages and cultures.

**Keywords:** British English, Nigerian English, comparative and contrastive analysis, mass media, mass media language

**For citation:** Bogdanova M.D. 2025. Nigerian and British Media Texts as the Result of Language and Culture Symbiosis. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 126–137. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-126-137

### Тексты нигерийских и британских СМИ: лингвокультурологический симбиоз

**Богданова М.Д.**

Старооскольский филиал Белгородского государственного  
национального исследовательского университета,  
Россия, 309502, Старый Оскол, мкр. Солнечный, д. 18  
[bogdanova-marina.busy@yandex.ru](mailto:bogdanova-marina.busy@yandex.ru)

**Аннотация.** В современной контактной лингвистике наблюдается существенный пробел в области функционирования языковых вариантов в текстах различных жанров. Недостаточно изученной является специфика адаптации британского английского языка как средства глобальной коммуникации в текстах иноязычных СМИ. Цель – выявление лингвостилистических свойств нигерийского варианта английского языка на примере текстов СМИ в преломлении к британскому английскому языку. Выявлены особенности содержательного и языкового аспектов газетных изданий посредством сравнительно-сопоставительного анализа британского английского языка и нигерийского варианта английского языка. Предложена классификация нигерийских СМИ,

выявлены ключевые рубрики текстов нигерийских СМИ, к ним относятся: политика финансы, спорт, здоровье. Определены особенности адаптации британского английского языка в текстах СМИ, к которым принадлежат: лексическая, грамматическая и синтаксическая симплификация, что обусловлено влиянием автохтонных языков и культур.

**Ключевые слова:** британский английский язык, нигерийский вариант английского языка, сравнительно-сопоставительный анализ, СМИ, язык СМИ

**Для цитирования:** Bogdanova M.D. 2025. Nigerian and British Media Texts as the Result of Language and Culture Symbiosis. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 126–137. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-126-137

## Introduction

The language and culture interconnection issue was first raised by American linguists Edward Sapir and Benjamin Whorf in 1921 in the works “Language” and “Culture, Personality and Language”, where it is emphasized that language reflects cultural ideas and affects how people think and perceive the world, thus special cultural patterns of human’s behavior are formed. This means that specific linguistic features not only reflect cultural values, but also actively contribute to their formation, facilitating their passing down from generation to generation [Sapir, 1921].

Today mankind lives in the age of globalization, where English has become the dominant means of communication in all spheres of human activity, including politics and finance, medicine and technology. For these reasons, numerous variants of English have emerged. In addition, multiple language processes, including convergence and pidginization, have led to the active functioning of a series of dialects and sociolects [Voloshina, 2018]. These language processes can be clearly seen in the territories of former British and French colonies on the African continent. Colonizers in Africa implemented language discrimination policies and prohibited the local population from speaking in their native languages and teaching their children in educational institutions using their mother tongue. Such prohibitions led to the spread and assimilation of European languages, particularly English.

A significant scientific contribution to the study of the formation of Nigerian English (hereinafter referred to as NE) and its development has been made by many linguists, taking into account the influence of local languages, historical factors, colonial heritage, and socio-cultural context.

Professor Ayo Banjo, a renowned Nigerian scholar, researches various aspects of Nigerian English, including its role in the media, cinema, and literature. He analyzes how the local dialects influence NE and the ways people express their emotions and describe cultural realities using English as a non-native language [Banjo, 2005]. Herbert Igboanusi, a famous linguist in Nigeria, has compiled the territorial English dictionary, where the features of Nigerian English are recorded at all linguistic levels [Igboanusi, 2008].

In addition to foreign linguists, significant contributions to the study of Nigerian English have been made by Russian scholars. T.G Voloshina deeply researches the language and culture interconnection in Nigeria, the way they operate and influence the NE lexical composition [Voloshina, 2019]. The works by Y.S. Blazhevich provide a detailed description of language interaction problems in Cameroon, the peculiarities of English in Africa (Cameroon and Ghana), and the influence of local ethnic languages on it [Blazhevich, 2018]. E.A Bocharova’s works are devoted to South African English, the influence of European civilization on the anthroponymic system of African people [Bocharova, Langner, 2014].

Therefore, we believe that the formation and the principles of Nigerian English development on the African continent have been sufficiently studied by linguists, but the subject remains relevant because of the constant interaction of different ethnic groups within the country and beyond its borders, and as a consequence, there might be evolutionary changes in English.



Our study analyzes the specificity of Nigerian English. Certainly, the linguistic situation in Nigeria is such that local people communicate not only in English, but also in local ethnic languages such as Hausa, Yoruba, and Igbo, which allows us to conclude that multilingualism is spreading among the indigenous population of the country [Voloshina, 2021].

This phenomenon is primarily due to the fact that Nigeria is home to over 250 ethnic groups, each of which prefers to speak their unique traditional language. Today English has become a Lingua Franca, which is preferred among the local elite, administration and media in Nigeria [Baghana et al., 2020].

There is also a question, whether a foreign language (English for Nigerians) is capable of effectively conveying the cultural realities of the nation and how the culture influences the structure of that language. In this case, the analysis of the written form of the language serves as the best option, providing an opportunity for visualization and specification of the problematic area.

Therefore, this paper employs the comparative and contrastive method of analyzing newspaper sources from the British and Nigerian press, specifically addressing the structural component of the news blocks, stylistic, syntactic, grammatical and lexical features of the print sources.

### **Methods**

Our research employs general scientific methods and methods of linguistic research. General scientific methods include generalization, abstraction, formalization, analysis, and synthesis.

The purpose of comparative language research is to consistently identify contrasts and differences between different languages. This method is a set of procedures for comparing English and Nigerian languages and cultures in order to identify similarities and differences.

In our research, we use the methodology of comparative and contrastive analysis including the following processes: analysis and description of British and Nigerian written form of language in online newspaper sources and identifying their grammatical, syntactic, stylistic, and lexical features.

### **Results and discussion**

Before delving into a detailed analysis of the linguistic features of the Nigerian and British media, we will provide a general characteristic of the newspapers published in these two countries and attempt to classify them. For this research, we have chosen the Nigerian daily newspaper “Punch”, as one of the influential newspapers in Nigeria, and “The Guardian”, a well-known British newspaper that covers a wide range of topics, distinguished by its analytical depth and attention to social and economic issues.

The Nigerian newspaper “Punch” was founded in 1971 and has since undergone significant changes, the main ones being a shift in the focus of news from that dictated by the British government to intra-national issues [Umuerrri, 2018].

First and foremost, when studying Nigerian news sources, we should pay attention to the visual aspect, which includes the use of images of people's faces in the foreground. There may be several reasons: to attract readers' attention; to increase the credibility of the newspaper, allowing the publication of photos of interviewees, participants of events; inviting the readers to identify themselves with the events or characters discussed in the material (Fig. 1).

As for the British newspaper, people are depicted. They are not the center of the illustration, which may indicate that the national issues are not concentrated on certain people but depend on many factors and circumstances (Fig. 2).

Analyzing “Punch” news source, it is reasonable to structure columns based on their fragmentation. Also, it is unclear why certain topics are situated in unsuitable sections. The information content structure that appears dominant is described below.

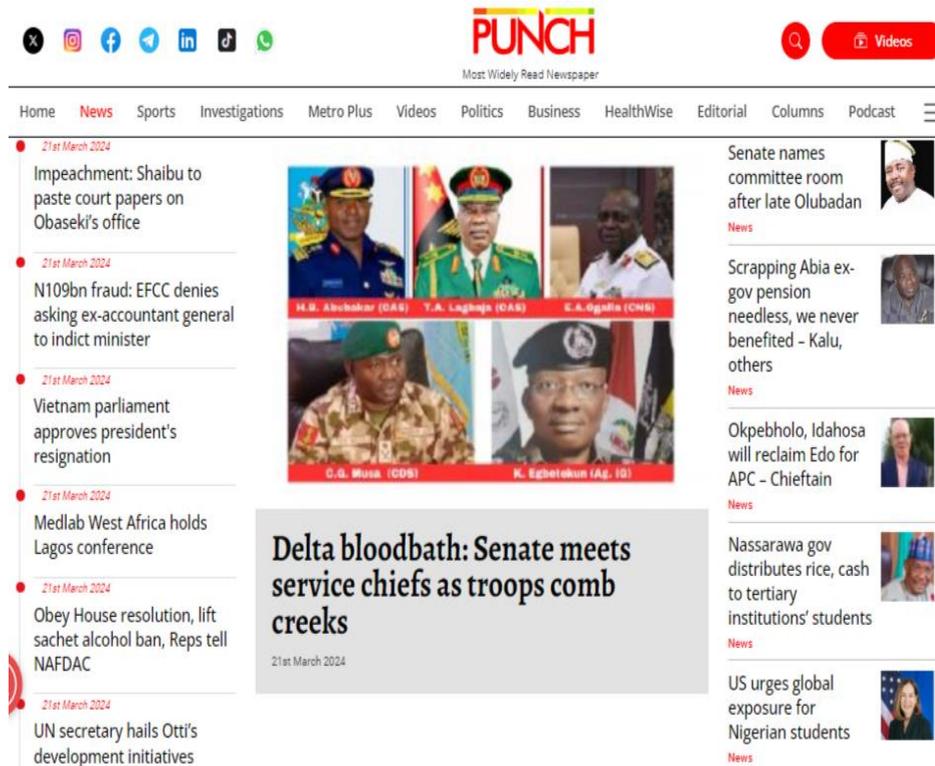


Fig. 1. Headings in Nigerian Media  
Рис. 1. Заголовки нигерийских СМИ

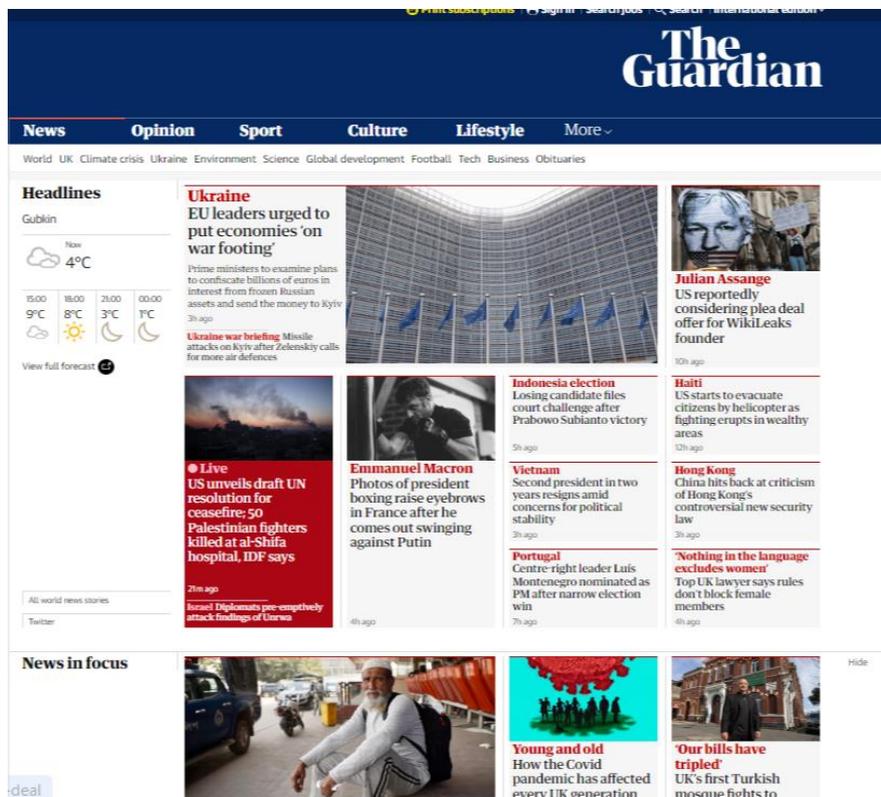


Fig. 2. Headings in British Media  
Рис. 2. Заголовки британских СМИ



**I. Politics** is one of the most informative sections. It is obvious that Nigerians are interested in political events in the country, what cannot be said about the interest in foreign policy:

1) Foreign and domestic politics: *“Three killed in Afghanistan suicide bombing attack”* [Apanpa, 2024];

2) Internal military conflicts: *“Suspected Benue war veteran, farmer's killers remanded after PUNCH report”* [Apanpa, 2024];

3) Nigerian leaders and their activities: *“APC South East zone affirms federal character commissioner's suspension”* [Apanpa, 2024];

4) Legislative developments (with one block allocated to this section): *“Lawmakers' search for improved governance in parliamentary system”* [Apanpa, 2024].

Political news is contained in the following sections: News, Investigations, Metro Plus, Politics, Business.

**II. Finance** also occupies a significant part of the informational space in the newspaper, illustrating financial problems and changes in the country:

1) Business: *“Private firm withheld FG's N32bn metre fund for 20 years – Adelabu”* [Apanpa, 2024];

2) Economic problems of countries: *“Excess cash in circulation may worsen inflation – MPC members”* [Apanpa, 2024].

Economic news can be found in the headings: News, Investigations, Metro Plus, Business.

**III. Sports is a less informative section, dealing mainly with Nigerian sport events:**

1) Sports events of the country: *“African Games silver thrills Itsekiri, eyes Olympic spot”* [Apanpa, 2024];

2) Sports personalities: *“Thank you, Bright!”* [Apanpa, 2024].

**IV. Health** is one of the extensive sections, narrating not about keeping or maintaining health, but about health issues in various areas, from the lack of ambulance services to the development and use of medicine, but most of the content is devoted to men's health and fertility:

1) Healthcare in the country: *“Lagos hospital struggles with old structures, obsolete facilities 131 years after establishment”* [Apanpa, 2024];

2) Male health, specifically of sexual nature: *“Why poor sperm quality leading cause of male infertility – Gynaecologists”* [Apanpa, 2024];

3) Maternity: *“Experts advise pregnant women with heart disease, diabetes to undergo ANC in teaching hospitals”* [Apanpa, 2024].

The Health block is allocated in a separate source “Healthwise”, where the following headings are presented: General Health, Investigations, Maternal Health, Genders, Sexual Health, Mental Health, Environment.

**V. Other.** In this section it is possible to find various news of different topics:

1) Construction: *“Otti commissions 30km road for rehabilitation”* [Apanpa, 2024];

2) Podcasts;

3) Video content.

Considering the content of “The Guardian” newspaper, one can clearly see a wide and diverse range of news blocks which cover different aspects of life in Great Britain and around the world. We do not find it appropriate to classify the news sections of the British press (like we did with the sections of the Nigerian newspaper). Instead, we propose to examine some of the sections in detail:

**I. News** is the main section, which publishes the latest news from the UK and around the world on politics, economics, culture and society, science and technology, and environmental issues:

*“Indonesia election: losing candidate files court challenge after Prabowo Subianto victory”* [Slater, 2024].

*“Medics design AI tool to predict side-effects in breast cancer patients.”* [Slater, 2024].

*“A mecca for rewilders: the community-led project restoring Scotland's southern uplands.”* [Slater, 2024].

II. The **Culture** section contains reviews of films, books, exhibitions, music, and other cultural events, as well as interviews with artists, writers, directors, and musicians:

*“Julia Louis-Dreyfus returns with more words of wisdom from women.”* [Slater, 2024].

*“How is this David Tennant's first ever nomination? The rights and wrongs of the TV Baftas shortlist.”* [Slater, 2024].

III. The **Sports** section is devoted to sports events and news from the world of sports:

*“Susie Wolff files criminal complaint against Formula One governing body”* [Slater, 2024].

*“Quiz time: can you name these nations' most-capped female footballers”* [Slater, 2024].

IV. The **Lifestyle** block contains information about food and recipes, love, health and beauty, travelling, and other aspects of everyday life.

Thus, our analysis shows that the British news source is more comprehensive and versatile compared to the Nigerian newspaper which is focused on the internal political and economic problems of the country. The news publications of the two countries fully personify their culture and the interests of their readers, which is evident in the topics of the sections, their structure and lexical units.

Not only the structural analysis of Nigerian and British newspaper publications proves the influence of culture on the objects of the world around us and the way people interact with them, but the language itself reflects this interaction, which is used in the creation of written sources.

This is why it is reasonable to conduct a comparative and contrastive analysis of the syntactic, grammatical, and lexical constructions of British and Nigerian media.

The syntactic aspect of Nigerian news is characterized by the complexity of sentence structure, with its rather long constructions and direct speech, which is not always closed by quotation marks, with the use of compound and subordinate conjunctions, introductory words and phrases, as well as quite a considerable number of repetitive ideas and lexical units:

*“Our lives in danger, farmers lament bandits attacks. The group lamented that countless number of farmers have lost their lives, and many have allegedly been kidnapped on the farms after bandits attacks across the country.”* [Apanpa, 2024].

*“Speaking in Akure, Ondo State capital, on Monday, the National President of Cocoa and Plantain Farmers Association of Nigeria, Mr Ayodele Ojo, lamented the incessant killing of farmers and destruction of their farmlands.”* [Apanpa, 2024].

*“According to him, as a result of the alleged attacks, most farmers had abandoned their farms over fear of being killed or kidnapped while the kidnappers and bandits have taken over their farms and security operatives seem to be helpless.”* [Apanpa, 2024].

In the given example we can see tautological mistakes with multiple repetition of words: *lament, allegedly, kidnapped, farm/farmers*, the so-called emphasis, the use of which stresses the importance or seriousness of the reported information and helps attract the readers' attention, or adds an emotional connotation to the text.

In the next example, closing quotation marks at the end of direct speech are missing, commas are omitted before the conjunctions *that* and *while*, and some grammatical mistakes are present. For instance, there is an incorrect use of the verb *to be* with the subject *produce*, which is singular and requires *is* instead of *are* (this kind of mistake is quite common in the Nigerian media: *“while under-five deaths is 128 per 1,000 live births”*) [Apanpa, 2024]. Some lexical inaccuracies may be found, namely, the omission of the particle *to* after *access*, the use of the lexically incorrect phrase *due for* in the context of the word *harvest*, when Oxford Learner's Dictionary defines the use of this phrase with the tax collection, and the use of an informal word, or rather slang: *hoodlooms – hooligans, gangsters* [Oxford Learner's..., 2024].

*“Ojo said, ‘We don't know what is happening. The insecurity in the land is getting out of hand, we want Mr. President to look into it as a matter of urgency. Farmers cannot access their farms to harvest their farm produce despite the fact that the produce are due for harvest.’”* [Apanpa, 2024].



*“Bandits have harvested some of the farm products, they kidnap our members (farmers) while we also pay ransom for their freedom.” [Apanpa, 2024].*

*“Some of the hoodlums are now in control of the farms of some of our members, and we are in a very difficult situation now because we are not allowed to visit our farms again. Many of us have not been to the farms for weeks now because of the fear of being kidnapped.” [Apanpa, 2024].*

Analyzing the next thematic headings, we also encountered the above-mentioned peculiarities of the language of this Nigerian newspaper. Apart from them, in the following examples, complex sentence constructions with the use of Participle I and Participle II are evident. This linguistic feature likely reflects the dynamic nature of Nigerians, which is characterized by activity and vigor not only in the pace of speech, but also in movements, as evidenced by lively gesticulation, as well as dynamic and rhythmic traditional dances and celebrations [Georgi, 2012]. Therefore, we can assume that overloaded sentences in Nigerian English, with the use of both subordinate and coordinate conjunctions and Participles, emphasize the dynamics of the events mentioned and described in the news, making the text more lively and engaging.

*“Somorin in a statement made available to newsmen, added that the Office of the Senior Special Assistant to the President on Sustainable Development Goals donated 30 more tricycles while 10 more were donated by private donors to make a total of 90 tricycle ambulances” [Apanpa, 2024].*

*“In a video shared on Nike’s social media page, the Eagles’ jerseys were unveiled, ending speculations following the earlier leaked designs” [Apanpa, 2024].*

*“For their 2026 World Cup qualifying campaign, the Eagles will wear the new jerseys and for the first time the three-time African champions will wear white as their home kits, with the green jersey, traditionally their home kit, erving as the away kit” [Apanpa, 2024].*

*“Another notable feature on the new kits is the absence of the Eagles logo from the shirts, which only appeared on the shorts, while Nike’s logo is in red, deviating from the usual Eagles colour scheme” [Apanpa, 2024].*

In the Nigerian news source, we noticed a deliberate or accidental omission of words:

*“...Oke Mosan, noted that the government identified that 70 per cent of women who died during childbirth were a result of lack of access to intervention which usually arise due to lack of transportation and access from PHCs to general hospitals, saying the introduction of the tricycle ambulances would put an end to future occurrences” [Apanpa, 2024].*

A possible continuation of the above sentence could be “[future occurrences] of maternal deaths and health emergencies”.

*“Somorin explained that transportation challenges have been a major cause of the avoidable loss of lives of pregnant women and elderly persons” [Apanpa, 2024].*

Perhaps it should be clarified what exactly Somorin explained: *“Somorin explained that transportation challenges have been a major cause of the avoidable loss of lives of pregnant women and elderly persons, emphasizing the importance of providing adequate transportation solutions”*

*“... farmers have lost their lives, and many have allegedly been kidnapped on the farms after bandits attacks across the country” [Apanpa, 2024].*

It is obvious that after the word *many*, there might be extra information, but we observe an intentional omission of words. This is most likely due to the elimination of repetition and reduction of the sentence.

But despite skipping the words and some kind of understatement, Nigerian newspaper texts are defined by the complication of transmitted information and the use of intricate sentences:

*“...since the present condition, nothing has been done for now”* – the word group *for now*, in our opinion, is superfluous in the sentence, because Present Perfect is used, which is characterized by the completion of the action by the moment in the present [Apanpa, 2024].

In the following example, it is possible to simplify the phrase *“as you are seeing it over there”* to *“as you can see”*:

*“We were happy when the government brought it, but as you are seeing it over there, it is just for decoration. We have never used it for a day”* [Apanpa, 2024].

*“So, for over a year that it has been brought here”* – this expression also has redundant elements which can be simplified to *“So, for over a year since it was brought here”* [Apanpa, 2024].

The style of Nigerian news sources is mostly publicistic, official and conversational, with the latter prevailing. Speaking about stylistic devices, only epithets have been found in Nigerian articles.

The following example demonstrates the controversial style of speech:

*“If you can just be patient, tomorrow you will get all the information you need”*, but if the word “just” were absent in the sentence it would sound more formal [Apanpa, 2024].

In the following example, we consider it unacceptable to appeal to the President through the phrase *we want*: *“...we want Mr. President to look into it as a matter of urgency”* [Apanpa, 2024].

Lexically, the written newspaper source “Punch” contains a series of culturally labelled words. We have found the following examples in the articles:

*“Having foods and other delicacies like suya (barbecued meat), packaged in newspapers or leaflets is the norm in Nigeria”* [Apanpa, 2024].

*“They came in large numbers of about 200 to 300 people with bikes and keke, carrying sticks and long knives”* – keke – a three-wheeled vehicle [Apanpa, 2024].

The nativization of English in Nigeria can be traced not only in the syntactic, grammatical and lexical features, but also in the integration of the autochthonous languages of local ethnic groups into it. Nigerian media often resort to the technique of code switching, which involves changing between English and one of the local languages within the text, depending on the context and the readers. Regarding the chosen text published in “Punch”, this technique is observed in the video content of a news source, where we see the use of Nigerian English and Pidgin English interspersed with local ethnic languages, for example:

*“...State Management Authority known as lasma now Punch Metro recently reported...”* [Apanpa, 2024].

*“...that took place in areas such as Eda iKaa Ag Yaba and Yoba the numerous drivers...”* [Apanpa, 2024].

Thus, our analysis of Nigerian news publications confirms the fact of mutual influence of language and culture and clearly reflects the changes occurring in Nigerian English.

To identify the characteristic features of British English in the UK, we have studied “The Guardian”, a British news source.

We have found a feature distinguishing the use of a quote in the British news from that in the Nigerian source. Quotes in British articles are laconic, only short necessary parts are taken from the required source.

*“The government has brought adult social care in England “to its knees” with years of uneven funding and a “woefully insufficient plan” to fill thousands of staff vacancies, MPs have said in a damning report on a system that provides long-term care for 835,000 people”* [Slater, 2024].

Phraseological units are also used in British news, as we can see in the above example. The expression *to its knees* means “to bring someone/ something to their knees” (“to almost defeat someone, or to make them extremely weak”).

*“We hear from people facing uphill battles to get access to care, to get their basic needs met or to have serious concerns with care resolved”*, where *facing uphill battles* means facing a difficult task or challenge that requires great effort and perseverance to overcome [Slater, 2024].

Obviously, the British newspaper does not allow for any unreasonable repetition of words, phrases or ideas; statements are constructed logically using a preferably formal style (depending on the subject heading), supporting their seriousness with complex terms *DHSC* – Department of Health and Social Care”, quotes by representatives of various organizations such as Trades Union Congress and Homecare Association:



*“Meanwhile, more than 150,000 care posts are vacant and “the DHSC has still not produced a convincing plan to address the chronic shortages”, the committee said” [Slater, 2024].*

*“Nadra Ahmed, chair of the National Care Association, which represents independent care providers, said: ‘The intent has been there but the implementation has been quite woeful. The sector continues to become ever more fragile despite the government having published a plan’.” [Slater, 2024].*

The rich speech of the British media consists in a greater use of stylistic devices such as irony: *“Chelsea earned a commanding first-leg lead in their Champions League quarter-final with a controlled victory over Ajax in front of a record women’s football crowd in the Netherlands of 35,991”* – we find an ironic connotation here, as it was quite difficult for the team to win.

All kinds of epithets are used in the Nigerian press, as can be seen from the example: *thrilling, explosive, well managed: “After a thrilling 3-1 defeat of Arsenal at Stamford Bridge on Friday night, this was a less explosive performance but a well-managed one...”*. Metaphors are also used. In the example *“hammering an effort off the base of the post with Hannah Hampton beaten”*, the metaphor represents the player's effort as a hammer blow [Slater, 2024].

While Nigerian mass media use tautology to emphasize the information, in the British newspaper we can see examples of anaphora used for the same purpose: *“with Lauren James scoring the opener and Sjoeke Nüsken scoring twice, mirroring Friday night”, “served by an understaffed, underpaid and undervalued workforce.”* [Slater, 2024].

As for the syntax in the British press, we have not noticed any omissions of commas in compound and subordinate sentences, quotes in direct speech are closed, which cannot be said about the Nigerian media.

Thus, we have shown that British newspaper sources use the formal and literary style of the English language, which means the correct usage of grammatical and syntactic constructions, a wide vocabulary and formal expressions. In addition, various stylistic devices are used: epithets, metaphors, personification, anaphora, irony and sarcasm, which testifies to the rich British literary history and traditions that are reflected precisely in their native language – English. As for the Nigerian press, it is characterized by a rather meager vocabulary, revealed by a large number of repetitions of words and ideas.

Furthermore, a distinctive feature of Nigerian writing in “Punch” newspaper is the rather cumbersome news articles, with the use of direct speech, participles, comma omissions, grammatical inaccuracies, and cultural inclusions, making sentences difficult to read and less clear, which in turn emphasizes the influence of culture on the language.

## Conclusion

The language and culture interconnection is a complex phenomenon that manifests itself in various aspects. Language, as a socio-cultural phenomenon, reflects the values, norms and features of culture, expressing them through lexical and phraseological units. Also, cultural peculiarities can be reflected in the grammar and phonetic structure of language. Besides, language norms are indicated in cultural customs and rules of behaviour. In addition, language plays an important role in the formation of cultural identity, allowing people to express their belonging in a particular culture or social group.

In the context of intercultural contact, language is subjected to the influence and adaptation of various cultural manifestations. Such a situation happened to English in Nigeria. A long interaction between British and Nigerian cultures has resulted in a symbiosis between the two cultures and languages, which we can observe today in the territory of modern Nigeria. English is no longer an alien language in Nigeria, but a full-fledged means of communication both within and outside small social groups. Apart from communication, it is also used in education, literature, and the media.

Thus, conducting a comparative and contrastive analysis of the written speech of the British and Nigerian press, we have established the differences between Nigerian English and British

English which are expressed in various levels of language. On the grammatical level, the sequence of tenses and the subject-verb agreement mistakes have been found, while on the lexical level we can see the use of culturally marked linguistic units characterizing the unique geographical, climatic and cultural reality. Speaking about the syntax, the use of word repetition, participial clauses, and complements is typical of Nigerians' speech, making it more dynamic.

Therefore, we have outlined the features of the British press, which have a clear and precise sentence structure, with few quotations and fewer participle clauses and complements than in the Nigerian newspaper. Moreover, we have not found any grammatical and stylistic mistakes in the British news. At the same time, the British publication is characterized by the use of stylistic devices such as metaphor, personification, sarcasm, which gives additional colouring to the sentences. In addition, we have categorized the headings of the Nigerian newspaper because of the inclusion of articles in inappropriate sections, which has not been observed in the British press.

The visual aspect of newspapers also differs in Nigerian and British news. We have found that Nigerian newspapers tend to publish important persons' portraits, while British media avoid this practice, using abstract photos instead. The content aspect of the Nigerian and British media clearly reflects the cultural specifics of the countries. The Nigerian media focus on the country's internal problems, military and economic crisis and the country's rising birth rate, while the British news is concentrated on foreign policy and global trends.

To summarize, we can conclude that though British and Nigerian newspapers are written in the same language – English, they have a number of unique features associated with the identity of the nation and the uniqueness of cultural and historical values of the country, which once again proves the inextricable link between language and culture.

### References

- Baghana J., Voloshina T.G., Slobodova Novakova, K. 2020. Nigerian variant of the English language: features of borrowing from Nigerian Pidgin. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 39(2): 55–262 (in Russian). DOI: [10.18413/2712-7451-2020-39-2-255-262](https://doi.org/10.18413/2712-7451-2020-39-2-255-262)
- Blazhevich Y.S. 2018. Ethnolinguistic and cultural situation in Cameroon. *Scientific notes of Orel state university*, 1(78): 90–92 (in Russian).
- Borisova A.A., Ilina N.Yu. 2017. Language situation and language policy in Nigeria. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 8(4): 1146–1160. DOI: [10.22363/2313-2299-2017-8-4-1146-1160](https://doi.org/10.22363/2313-2299-2017-8-4-1146-1160)
- Bocharova E.A., Langner A.N. 2014. Influence of european culture on anthroponymy of peoples of sub-saharan Africa. In: *Aproblems of linguistics, literature studies, intercultural communication and linguodidactics. Collected articles includes of the International Conference (Belgorod, May 12-14, 2014)*. Eds. V.A. Vinogradova, O.N. Prokhorova, B.F.D. Legestre Pernel, J. Baghana. Belgorod, Publ. ID «Belgorod»: 338–342 (in Russian).
- Voloshina T.G. 2018. Some lexical manifestations of territorial English of Nigeria. *Belgorod State University Scientific bulletin. Series: Humanities*, 37(3): 406-413 (in Russian). DOI: [10.18413/2075-4574-2018-37-3-406-413](https://doi.org/10.18413/2075-4574-2018-37-3-406-413)
- Voloshina T.G. 2019. Features of the indigenization of the english language in Nigeria. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 18(2): 118–127 (in Russian). DOI: [10.15688/jvolsu2.2019.2.11](https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2019.2.11)
- Voloshina T.G. 2021. *Lingvokul'turologicheskaya kreolizatsiya angliiskogo yazyka Nigerii [Linguocultural creolization of the English language in Nigeria]*. Dis. ... doct. philol. Sciences. Belgorod, 472 p.
- Georgi D.G. 2012. Traditional beliefs of the south nigeria's ethnic groups in contemporary context. *Moscow University Bulletin. Series 13. Oriental Studies*, 4: 48–57 (in Russian).
- Umuerrri A.E. 2018. Indigenes' Use of Development Messages in Newspapers. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 5: 83–100 (n Russian). DOI: [10.30547/vestnik.journ.5.2018.83100](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.5.2018.83100)
- Apanpa O. 2024. 10 ways to ensure safe and healthy foods for family during economic hardship. *Punch Nigeria*, February 23, 2024. URL: <https://punchng.com/10-ways-to-ensure-safe-and-healthy-foods-for-family-during-economic-hardship/> (accessed: April 19, 2024)



- Banjo A. 2005. Towards a Definition of Standard Nigerian English. *Attendus Congres de la société linguistique de L'Afrique Occidentale*, 2(3): 165–175.
- Igboanusi H. 2008. *Language Contact and Bilingualism*. Ibadan, University Press Limited, 116 p.
- Oxford Learner's Dictionary. 2024. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (accessed: April 28, 2024)
- Sapir E. 1921. *Language. An introduction to study of speech*. Part II. The elements of speech. Part III. The Sounds of Language. New York, Harcourt, Brace, 14–30.
- Slater N. 2024. Nigel Slater's recipe for bread and sultana puddings. *The Guardian*, February 27, 2024. URL: <https://www.theguardian.com/food/2024/feb/27/bread-and-sultana-puddings-for-a-sweet-treat> (accessed: April 20, 2024)

### Список литературы

- Багана Ж., Волошина Т.Г., Слободова Новакова К. 2020. Нигерийский вариант английского языка: особенности заимствований из нигерийского пиджина. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 39(2): 255–262. DOI: [10.18413/2712-7451-2020-39-2-255-262](https://doi.org/10.18413/2712-7451-2020-39-2-255-262)
- Блажевич Ю.С. 2018. Этноязыковая и культурная ситуация в Камеруне. *Ученые записки Орловского государственного университета*, 1(78): 90–92.
- Борисова А.А., Ильина Н.Ю. 2017. Языковая ситуация и языковая политика в Нигерии. *Вестник Российского Университета Дружбы Народов. Серия: Теория Языка. Семиотика. Семантика*, 8(4): 1146–1160. DOI: [10.22363/2313-2299-2017-8-4-1146-1160](https://doi.org/10.22363/2313-2299-2017-8-4-1146-1160)
- Бочарова Э.А., Лангнер А.Н. 2014. Влияние европейской цивилизации на антропонимическую систему африканских народов Субсахарской Африки. В кн.: *Современные проблемы языкознания, литературоведения, межкультурной коммуникации и лингводидактики. Сборник научных статей участников международной конференции (Белгород, 12–14 мая 2014 г.)*. Под ред. В.А. Виноградова, О.Н. Прохоровой, Б.Ф.Д. Лёжестре Пернель, Ж. Багана. Белгород, ИД «Белгород»: 338–342.
- Волошина Т.Г. 2018. Некоторые лексические манифестации территориального варианта английского языка Нигерии. *Научные ведомости Белгородского университета. Серия: Гуманитарные науки*, 37(3): 406–413. DOI: [10.18413/2075-4574-2018-37-3-406-413](https://doi.org/10.18413/2075-4574-2018-37-3-406-413)
- Волошина Т.Г. 2019. Особенности индигенизации английского языка в Нигерии. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*, 18(2): 118–127. DOI: [10.15688/jvolsu2.2019.2.11](https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2019.2.11)
- Волошина Т.Г. 2021. Лингвокультурологическая креолизация английского языка Нигерии. Дис. ... докт. филол.наук. Белгород, 472 с.
- Георги Д.Г. 2012. Традиционные верования народов южной Нигерии в современных условиях. *Вестник Московского Университета. Серия 13: Востоковедение*, 4: 48–57.
- Умуерри А.Э. 2018. Использование местным населением газетных материалов, содействующих развитию. *Вестник Московского Университета. Серия 10: Журналистика*, 5: 83–100. DOI: [10.30547/vestnik.journ.5.2018.83100](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.5.2018.83100)
- Banjo A. 2005. Towards a Definition of Standard Nigerian English. *Attendus Congres de la société linguistique de L'Afrique Occidentale*, 2(3): 165–175.
- Igboanusi H. 2008. *Language Contact and Bilingualism*. Ibadan, University Press Limited, 116 p.
- Apanpa O. 2024. 10 ways to ensure safe and healthy foods for family during economic hardship. *Punch Nigeria*, February 23, 2024. URL: <https://punchng.com/10-ways-to-ensure-safe-and-healthy-foods-for-family-during-economic-hardship/> (accessed: April 19, 2024)
- Banjo A. 2005. Towards a Definition of Standard Nigerian English. *Attendus Congres de la société linguistique de L'Afrique Occidentale*, 2(3): 165–175.
- Igboanusi H. 2008. *Language Contact and Bilingualism*. Ibadan, University Press Limited, 116 p.
- Oxford Learner's Dictionary. 2024. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (accessed: April 28, 2024)
- Sapir E. 1921. *Language. An introduction to study of speech*. Part II. The elements of speech. Part III. The Sounds of Language. New York, Harcourt, Brace, 14–30.
- Slater N. 2024. Nigel Slater's recipe for bread and sultana puddings. *The Guardian*, February 27, 2024. Available at: <https://www.theguardian.com/food/2024/feb/27/bread-and-sultana-puddings-for-a-sweet-treat> (accessed: April 20, 2024)



**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.  
**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 01.04.2024

Received April 01, 2024

Поступила после рецензирования 27.04.2024

Revised April 27, 2024

Принята к публикации 10.12.2024

Accepted December 10, 2024

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Богданова Марина Дмитриевна,**  
преподаватель иностранного языка,  
Старооскольский филиал Белгородского  
государственного национального исследо-  
вательского университета, г. Старый Оскол,  
Россия.

**Marina D. Bogdanova,** foreign language teacher,  
Stary Oskol branch of Belgorod State National  
Research University, Stary Oskol, Russia.



УДК 81'42  
DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-138-149

## Языковые средства манипуляции западных СМИ при формировании образа России (на материале BBC Hindi и Deutsche Welle Hindi)

Голубцова Е.В.

Военный университет им. князя Александра Невского МО РФ,  
Россия, 125047, г. Москва, ул. Большая Садовая, д. 14;  
Южно-Уральский государственный университет,  
454080, г. Челябинск, пр. Ленина, д. 76  
[ekaterinasalupenko6@gmail.com](mailto:ekaterinasalupenko6@gmail.com)

**Аннотация.** В условиях текущей геополитической обстановки против России со стороны стран Запада ведется информационно-психологическая война, одним из инструментов которой являются средства массовой информации (СМИ). Ряд западных СМИ функционирует и за пределами своих стран, например, в Индии, формируя выгодное для них представление о России. Поскольку Россия придерживается политики, направленной на сохранение союзнических отношений с Индией, важно иметь представление о восприятии нашей страны в индийском обществе. Изучение особенностей репрезентации России в медийном поле Индии, в частности хиндиязычных западных СМИ, может способствовать расширению знаний о потенциальном отношении жителей Индии к России. Вместе с тем в настоящее время наблюдается нехватка такого рода исследований. В связи с этим в данной работе рассмотрена специфика образа России в медийном пространстве Индии, формируемая филиалами британской и немецкой государственных компаний British Broadcasting Corporation (BBC) и Deutsche Welle (DW). Медиамониторинг, контекстуальный анализ и анализ материалов интернет-ресурсов BBC и DW, опубликованных в 2024 году, в русле когнитивно-дискурсивного подхода позволили прийти к выводу, что BBC и DW формируют в медийном поле Индии негативный образ России. Используя языковое манипулирование, а именно эксплицитные и имплицитные речевые средства, электронные ресурсы наделяют нашу страну чертами опасного и агрессивного государства. Полученные результаты расширяют представление об информационно-психологической войне Запада против России и, таким образом, могут помочь при выработке мер, направленных на устранение ее последствий.

**Ключевые слова:** образ России, медиадискурс, средства массовой информации, хинди, информационно-психологическая война, манипуляция, когнитивно-дискурсивный подход

**Финансирование:** работа выполнена при поддержке РНФ, конкурс 2024 года «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований отдельными научными группами», проект № 24-18-00049, <https://rscf.ru/project/24-18-00049/>.

**Для цитирования:** Голубцова Е.В. 2025. Языковые средства манипуляции западных СМИ при формировании образа России (на материале BBC Hindi и Deutsche Welle Hindi). *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 138–149. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-138-149

## Linguistic Manipulation Means in Building Russia's Image in Western Media (Based on BBC Hindi and Deutsche Welle Hindi)

**Ekaterina V. Golubtsova**

Prince Alexander Nevsky Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation,  
14 Bolshaya Sadovaya St, Moscow 125047, Russian Federation;  
South Ural State University,  
76 Lenin Ave., Chelyabinsk 454080, Russian Federation  
[ekaterinasalupenko6@gmail.com](mailto:ekaterinasalupenko6@gmail.com)

**Abstract.** Nowadays Western countries are waging a full-scale information-psychological war on Russia. Such a warfare involves the planned use of mass media that employ linguistic means to form the public opinion about our country which is favorable to their political goals. A number of European news agencies operate outside their countries, for example, the Indian branches of the British and German state-owned companies British Broadcasting Corporation (BBC) and Deutsche Welle (DW), that are targeting a huge Hindi-speaking audience in India. Since Russia adheres to a policy aimed at maintaining allied relations with India, it is important to understand the perception of our country in Indian society. Studying the features of Russia's representation in Indian media can help expand our knowledge about the potential attitude of Indians towards Russia. At the same time, there is a shortage of such studies. In this regard, this paper examines the specifics of Russia's image in the Indian media space, formed by branches of the British and German state-owned companies British Broadcasting Corporation (BBC) and Deutsche Welle (DW). Media monitoring, contextual analysis and analysis from the viewpoint of the cognitive-discursive approach made it possible to establish that the BBC and DW use linguistic manipulation to form the image of Russia complemented by such characteristics as an aggressor, a danger to the European and NATO security, an autocratic country. The study findings contribute to the understanding of Western countries' information-psychological warfare against Russia and, thus, can help in developing measures aimed at eliminating its consequences.

**Keywords:** image of Russia, media discourse, mass media, Hindi, information-psychological warfare, manipulation, cognitive-discursive approach

**Funding:** The work was supported by the Russian Science Foundation, 2024 Competition "Conducting Fundamental Scientific Research and Exploratory Scientific Research by Individual Scientific Groups", project No. 24-18-00049, <https://rscf.ru/project/24-18-00049/>

**For citation:** Golubtsova E.V. 2025. Linguistic Manipulation Means of Building Russia's Image in Western Media (Based on BBC Hindi and Deutsche Welle Hindi). *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 138–149 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-138-149

---

### Введение

События, связанные с Россией – исторически важнейшим игроком на международной арене, – традиционно получают широкое освещение в зарубежных средствах массовой информации (СМИ). В последние годы повышение внимания к нашей стране во многом обусловливается напряженностью в отношениях между Россией и странами Запада в связи с обострением в 2014 году российско-украинского конфликта, который достиг своего пика после начала специальной военной операции (СВО) на Украине в феврале 2022 г. Сложившаяся геополитическая обстановка является предметом пристального внимания и со стороны стран – союзниц России, поскольку конфликт между Россией и Западом частично затронул и их. Например, индийское руководство неоднократно подвергалось критике со стороны западных партнеров из-за своего решения сохранять нейтралитет в отношении России, с которой Индию связывают десятилетия тесного сотрудничества.



В связи с этим международная повестка, а также события на Украине, волнуют индийскую общественность и получают активное освещение в медийном пространстве этой страны. Вместе с тем образ России и трактовка ее действий в индийских СМИ преподносятся по-разному. Отсутствие единообразия при подаче материалов, связанных с нашей страной, во многом объясняется спецификой учредительства информационных агентств Индии.

Помимо ресурсов, принадлежащих местным компаниям, новостную повестку в медийном поле Индии формируют британская и немецкая государственные корпорации BBC и Deutsche Welle (DW). Отделения указанных СМИ в Индии, основанные еще в прошлом столетии, освещают события мировой политики на языке хинди, стремясь привлечь как можно больше читателей-индийцев. Учитывая специфику индийских филиалов BBC и DW, логично предположить, что эти ресурсы отражают события, связанные с Россией, исходя из общих тенденций освещения новостей о России в медийном пространстве европейских стран.

Обострение международных отношений в связи с событиями на Украине сопровождается информационно-психологическим противоборством (*информационно-психологической войной*), в рамках которого странами Запада осуществляется информационно-психологическое воздействие (ИПВ) с целью нанесения урона международному имиджу России и дестабилизации внутренней обстановки внутри страны. Изучением феномена ИПВ на междисциплинарном уровне занимаются многие исследователи, как отечественные, так и зарубежные. В связи с этим в научном кругу было разработано множество его трактовок. Так, отечественный исследователь А.Я. Касюк определяет ИПВ как «влияние на индивидуальное или общественное сознание, которое вызывает трансформацию психики, изменение взглядов, мнений, отношений, ценностных ориентаций, мотивов, установок, стереотипов объекта» [Касюк, 2021, с. 23]. Одной из отличительных черт ИПВ, по его мнению, является использование методов внушения, которые активно применяют современные СМИ. Примерами таких методов являются подавление рационального восприятия информации, навязывание искаженного представления о действительности и нужного отношения к ней за счет таких приемов как, например, дезинформация, распространение слухов, эмоциональное подавление, инспирирование агрессивной эмоциональной реакции, запугивание, манипулирование и др. [Касюк, 2021, с. 25]

СМИ, будучи эффективным инструментом ИПВ в рамках информационно-психологической войны, активно используют возможности языка. Они способны оказывать манипулятивное воздействие на сознание аудитории путем фальсификации фактов о каком-либо объекте реальности, использования эмоционально окрашенной лексики с отрицательной коннотацией, цитирования высказываний с субъективно-оценочными суждениями с целью дискредитации его образа и многих других [Зарипов, 2023]. Такие возможности СМИ в информационном противоборстве вызывают интерес к феномену информационно-психологической войны и со стороны лингвистов. По мнению языковедов А.П. Сквородникова и Г. А. Копниной, в рамках современного языкознания следует выделить отдельное направление, объектом изучения которого станет язык как средство ведения информационно-психологической войны. Назвать это направление отечественные ученые предлагают «лингвистика информационно-психологической войны» [Сквородников, Копнина, 2016, с. 43]. В рамках данного направления А.П. Сквородников и Г.А. Копнина [2016, с. 43] определяют информационно-психологическую войну как противостояние сторон, вызванное конфликтом интересов и осуществляемое путем целенаправленного, в частности, речевого воздействия на сознание противника для его когнитивного подавления, подчинения, а также с помощью мер информационно-психологической защиты от такого воздействия.

А.П. Сквородников, главный идеолог лингвистики ИПВ, вдохновил многих ученых проводить исследования в рамках данного направления. Так, в опубликованной в 2017 году

коллективной монографии под его редакцией А.А. Бернацкая, И.В. Евсева, А.В. Колмогорова, Г.А. Копнина, Б.Я. Шарифуллин внесли существенный вклад в определение предметного поля лингвистики ИПВ, обоснование ее междисциплинарного подхода и формирование терминологического аппарата. Например, было установлено, что предмет лингвистики ИПВ составляют речевые технологии (речевые стратегии, тактики, приемы и реализующие их языковые средства), мотивированные соответствующими целями ИПВ. Важнейшими методами лингвистики ИПВ являются исследование речи и текста, включающее дискурс-анализ, контекстуальный анализ, интенциональный анализ, стилистический анализ, семантический анализ, дистрибутивный анализ, статистический анализ и другие методы [Копнина, 2017, с. 16].

Многие исследователи (С.Л. Кушнерук, А.П. Чудинов, О. И. Асташова, Э. В. Булатова, Л. В. Енина, Э. В. Чепкина) рассматривают ИВП главным образом как дискурсивный феномен в рамках СМИ [Кушнерук, Чудинов, 2019, с. 112], понимая под ним «состояние медиадискурса, которое заключается в последовательном и систематическом конструировании реальности, причиняющей вред какому-либо объекту и/или его образу, функционирующему в медиадискурсе» [Каблуков, 2017, с. 33].

Таким образом, обострение международных отношений в свете конфликта на Украине, попытки ряда западных стран изолировать Россию на международной арене, настроив против нее давних партнеров, в том числе Индию, свидетельствуют об актуальности исследования информационно-психологической войны, а также ИПВ и методов его осуществления. На наш взгляд, изучение репрезентации России в СМИ Индии может существенно расширить представления об ИПВ. Вместе с тем наблюдается недостаток современных исследований, посвященных проблеме образа нашей страны в медийном поле Индии.

В связи с этим в нашей работе предпринимается попытка определить в контексте современных геополитических реалий специфику формирования образа России в интернет-ресурсах BBC и DW, ориентированных на индийского читателя.

### **Материалы и методы исследования**

Объектом исследования являются материалы хиндиязычных западных интернет-ресурсов BBC<sup>1</sup> и DW Hindi, опубликованных в 2024 году, предметом – используемые в них языковые средства репрезентации образа России. Эмпирическую базу исследования составили материалы, отобранные с помощью встроенного на указанных информационных сайтах фильтра-рубрикатора по запросам «Россия» и «Российская Федерация».

В качестве методов исследования были использованы медиамониторинг, контекстуальный анализ, а также анализ в русле когнитивно-дискурсивного подхода к рассмотрению содержания медийных текстов как важнейший источник реализации дискурса ИПВ.

Отбор материалов в качестве примеров реализации дискурсивной практики основывался на положении отечественных лингвистов А.П. Сковородника и Г. А. Копниной [2016] о том, что целесообразно анализировать материалы, содержащие исключительно негативную оценку, в контексте дискурса автора или какого-либо издания (а также других информационных ресурсов) в течение фиксированного периода времени [Никифорова, 2022]. Основными критериями для выделения медиатекстов были определены наличие у них общественно-политической проблематики, а также негативный вектор оценочности.

---

<sup>1</sup> Роскомнадзор 4 марта 2022 года ограничил доступ к данному сайту. BBC Hindi News. URL: <https://www.bbchindinews.com/> (дата обращения: 06.09.2024)

## Результаты и их обсуждение

Поиск по запросу «Россия» и «Российская Федерация» с помощью фильтра-рубрикатора в DW и в BBC позволил установить, что репрезентация нашей страны в основном происходит в таких сегментах, как «международные отношения» и «внутренняя обстановка в России». Кроме того, значительное количество статей о России относится к концептуальной сфере «военный конфликт», в частности «конфликт на Украине».

Так, в заголовках статей, связанных с Россией, часто присутствует лексика, принадлежащая семантическому полю «война». Наиболее часто встречаются лексемы लड़ाई, युद्ध и जंग (война, борьба – *здесь и далее перев. автора статьи*), सेना (армия), हमला (нападение, вторжение), हथियार (оружие). Достаточно высокая частотность их употребления способствует закреплению в сознании аудитории стереотипа, что Россия является агрессивной страной.

Примерами использования такой лексики являются заголовки в DW от 25 мая 'क्या जर्मन रूस के साथ युद्ध को लेकर चिंतित है?' («Обеспокоены ли немцы войной с Россией?») [Hasselbach, 2024b], от 29 марта 'रूस के हाइब्रिड हमलों से कैसे निपटेगी जर्मनी' («Как Германия будет противостоять гибридным атакам со стороны России?») [Delcker, 2024] и в BBC от 4 мая 'अमेरिका ने रूस पर जिस हथियार 'क्लोरोпиकिन' के इस्तेमाल का आरोप लगाया है, वो क्या है' («Что такое «Хлорпикин», в использовании которого США обвинили Россию?») [Murphy, 2024], от 8 марта 'पूर्वी यूक्रेन में आगे बढ़ती रूसी फ़ौज' («Российские войска ведут наступление на востоке Украины») [Russian Troops..., 2024].

Материалы DW и BBC за 2024 год, в которых упоминается Россия, в основном пронизаны концептуальным вектором опасности. Например, приведенные ниже фрагменты статей за счет обилия в них лексики с негативной коннотацией прямо указывают на то, что Россия представляет угрозу Европе. Это положение подкрепляют статьи, в которых содержится информация о конкретных мерах со стороны правительств европейских государств по укреплению обороноспособности страны в связи с российской угрозой:

रूस के हमले ने यूरोप में सुरक्षा की भावना को तबाह कर दिया [Hasselbach, 2024a] – *Агрессия России нанесла удар по безопасности Европы;*

जर्मन नेता और सैन्य अधिकारी रूसी हमले के खतरे की चेतावनी दे रहे हैं <...> एक सर्वे के मुताबिक युद्ध होने की स्थिति में जर्मनी के सिर्फ कुछ ही लोग लड़ने को तैयार हैं [Hasselbach, 2024a] – *Немецкие политические и военные деятели предупреждают об угрозе нападения со стороны России <...> Согласно опросу, лишь небольшое количество немцев готово сражаться в случае войны;*

रूस ने जब क्रीमिया को यूक्रेन से अलग कर दिया तब स्वीडन ने 2017 में अपने यहाँ दोबारा अनिवार्य सेना बहाल कर दी. <...> जर्मनी के रक्षा मंत्री सेना में भर्ती बढ़ाने के लिए स्वीडिश सिस्टम को रोल मॉडल बता चुके हैं [Germany's Dilemma ..., 2024] – *Когда Россия отторгла Крым от Украины, Швеция в 2017 году восстановила обязательную военную службу. <...> Министр обороны Германии назвал шведскую систему увеличения численности армии образцом для подражания;*

पोलैंड के प्रधानमंत्री डोनल्ड टस्क ने चेतावनी दी है कि <...> पुरे महाद्वीप की भलाई के लिए यूक्रेन के खिलाफ रूस को किसी भी कीमत पर जीतने नहीं देना चाहिए [Despite the Threat ..., 2024] – *Премьер-министр Польши Дональд Туск предупредил, что <...> любой ценой ради блага всего континента нельзя позволить России победить Украину;*

यूरोप ने रूस के हमलावर तेवरों में बढ़ती को देखते हुए हथियारों का उत्पादन बढ़ा दिया है [Why Is Putin's ..., 2024] – *Европа нарастила производство оружия из-за усиления агрессивных настроений России;*

अगर रूस हमला कर के यूक्रेन के एक पूरे प्रांत को अपनी सीमा में मिली लेता है तो दूसरे देश इस डर से कब तक बचेंगे कि किसी दिन रूस उन पर भी हमला कर सकता है जो पहले कभी उसके मातहत हुआ

करते थे [Despite the Threat ..., 2024] – *Если Россия после нападения на Украину аннексирует целую область, как другим странам не опасаться, что Россия может напасть и на страны, которые когда-то находились под ее управлением?*

Закреплению за Россией образа «опасного государства» также может способствовать материал, относящийся к концепту «кибершпионаж». Например, материалы вебсайта DW неоднократно подчеркивают исходящую от России угрозу в киберпространстве:

जर्मनी में लोगों की राय पर असर डालने के लिए रूस साइबर हमलों, प्रोपेगैंडा और दूसरे तरीकों का सहारा ले सकता है. जर्मनी की गृह मंत्री नैसी फेजर के मुताबिक, ये खतरा वास्तविक है और लगातार बढ़ रहा है [Delcker, 2024] – *Для оказания влияния на общественное мнение в Германии Россия может использовать кибератаки, пропаганду и другие методы. По словам министра внутренних дел Германии Нэнси Фазер, эта угроза реальна и постоянно возрастает.*

Кроме того, в хиндиязычных ресурсах нередко встречаются материалы о действиях российского руководства, которые направлены на подавление голосов всех несогласных с его политикой и навязывание определенной позиции посредством пропаганды. Поданная в таком ключе информация также способна породить у читателей чувство тревоги и опасности в связи с российской действительностью:

‘रूस के विद्रोही को जर्मन मानवाधिकार पुरस्कार’ [Russian Dissident ..., 2024] – *«Российский оппозиционер награжден немецкой премией “За права человека”»;*

‘नावाल्नी के बाद रूस में अभी और भी विपक्षी एक्टिविस्ट जेलों में हैं’ [After Navalny ..., 2024] – *«После смерти Навального сегодня в тюрьмах России еще больше оппозиционеров»;*

‘रूस के इस एक्टिविस्ट को क्यों हुई जेल’ [Why was This..., 2024] – *«Почему этого российского активиста посадили в тюрьму?»;*

‘रूसी मीडिया कैसे चला रहा है प्रोपेगैंडा?’ [How is Russian ..., 2024] – *«Как российские СМИ занимаются пропагандой?»;*

‘रूस में आवाज़ों को दबाने का सिलसिला यूक्रेन युद्ध से पहले ही जारी था. लेकिन युद्ध शुरू होने के बाद इसमें तेजी दर्ज की गयी है’ [What Has Changed ..., 2024] – *Голоса в России подавлялись и до войны на Украине. Однако после начала войны эта тенденция усилилась;*

‘रूस अपने वैज्ञानिकों को क्यों कर रहा है गिरफ्तार’ [Goryashko, 2024] – *«Зачем в России арестовывают ученых».*

В BBC также есть материал о российской библиотеке в г. Иваново, вход в которую украшает плакат с британским писателем Джорджем Оруэллом. Автор статьи считает это символичным, поскольку, по его мнению, обстановка в современной России напоминает вымышленный мир в его романе-антиутопии «1984». В качестве подкрепления своих домыслов журналист приводит слова работника этой библиотеки, который считает, что россиянам навязывается нужная позиция через СМИ.

‘मैं ऐसे लोगों से मिली हूँ जो टीवी देखने के आदी हैं और उनका मानना है कि रूस यूक्रेन के साथ युद्ध में नहीं है और पश्चिमी देश हमेशा से रूस को खत्म करने के लिए तैयार हैं’ <...> वो एक ऐसा स्पेस तैयार करना चाह रहे थे जहां रूस के लोग "टीवी देखने के बजाय खुद सोच सकें" [Rosenberg, 2024] – *«Я видел людей, которые привыкли смотреть телевизор и действительно верят в то, что Россия не ведет войну против Украины и что западные страны всегда готовы уничтожить Россию» <...> Он [работник библиотеки] хотел создать пространство, где россияне смогли бы “вместо просмотра телевизора самостоятельно подумать”».*

Для усиления воздействия на читателя автор публикации использует аллюзию, проводя аналогию между современной Россией и миром в литературном произведении. При этом реальная картина российской действительности представляется упрощенной, поскольку в статье отсутствует какая-либо информация о предпосылках текущего конфликта, а страны Запада позиционируются как жертвы.

В некоторых публикациях BBC и DW встречается оппозиция «свой – чужой», под которыми подразумеваются страны Европы или НАТО и Россия. Дискредитация образа



России также достигается за счет ее противопоставления странам, соблюдающим международные законы и права человека. Противопоставление «своих» и «чужих» является одним из наиболее эффективных приемов манипулирования благодаря способности усиливать у читателей страх и враждебность перед потенциальным врагом.

Бербок не сказала, что Украина напала на Россию – больше, чем просто региональный конфликт. <...> Российская агрессия бросает вызов основополагающим принципам, которые в соответствии с Уставом ООН, международным правом и правами человека защищают нас.

России противостоят те, кто не хочет видеть ее в составе НАТО <...> [Why Is There ..., 2024] – Во время заседания антироссийской группы НАТО <...>.

Нередко противопоставление сопровождается отсылками к исторически сформировавшимся стереотипам о прошлом России, а именно – ее участию в составе СССР в холодной войне против НАТО:

Советский Союз был создан в ответ на угрозу со стороны НАТО. <...> Три десятилетия спустя Россия вновь стала угрозой; НАТО необходимо модернизировать, чтобы в случае нападения России она могла защитить себя, как и в течение четырех десятилетий холодной войны;

Эти же аргументы используются для того, чтобы оправдать нападение на Россию. <...> В нынешней ситуации бытует мнение, что НАТО необходимо модернизировать, чтобы в случае нападения России она могла защитить себя, как и в течение четырех десятилетий холодной войны;

А теперь, когда НАТО существует, Россия не может быть в безопасности. <...> [Why Is There..., 2024] – Считается, что после распада Советского Союза ее (НАТО) деятельность направлена против России.

В DW нередко встречается материал, в котором наша страна и президент Владимир Владимирович Путин упоминаются в одном контексте с СССР, что способно побудить аудиторию невольно проводить аналогии между современной российской действительностью и советским прошлым:

(1) Он (Путин) побьет рекорд Сталина (имеется в виду время пребывания у власти – прим. автора);

(2) Советский Союз был создан в ответ на угрозу со стороны НАТО. <...> Три десятилетия спустя Россия вновь стала угрозой; НАТО необходимо модернизировать, чтобы в случае нападения России она могла защитить себя, как и в течение четырех десятилетий холодной войны;

Контекст в указанных примерах способен породить в сознании читателей отрицательное отношение как к Советскому Союзу, так и к современной России. Использование в одном предложении имени российского президента и советского лидера Иосифа Сталина, который в западном медийном пространстве часто упоминается преимущественно в негативном ключе, также способно формировать у читателей ассоциации нынешнего руководителя страны с одной из самых противоречивых фигур в мировой истории. Упоминание о существовании в России «кремлевской версии Второй мировой войны» не только подразумевает наличие и другой – «правильной» по мнению автора DW – исторической версии, но и прямо направлено на обесценивание государственной инициативы по проведению 9 мая парада в честь Дня Победы, важнейшего праздника в нашей стране.

Достаточно часто в материалах исследуемых СМИ транслируется идея о том, что В.В. Путин стремится укрепить свое влияние в бывших границах СССР, построить «Великую Россию». Навязывание идеи силового возрождения «Великой России» также способно деморализовать определенную часть аудитории, нагнетая у людей страх перед «возможной» российской экспансией. Вот характерные примеры, таких публикаций:

<...> फरवरी में आयोजित म्यूनिख सुरक्षा सम्मेलन के प्रमुख क्रिस्टोफ होएसगेन ने कहा था कि रूसी राष्ट्रपति व्लादिमीर पुतिन का लक्ष्य पूर्व सोवियत संघ की सीमाओं के भीतर एक महान रूस को फिर से स्थापित करना है [Hasselbach, 2024b] – <...> в феврале глава Мюнхенской конференции по безопасности Кристоф Хёсген заявил, что Президент России Владимир Путин стремится восстановить Великую Россию в границах бывшего Советского Союза;

वह अपने जीवन के उद्देश्य को पूरा करना चाहते हैं और एक महान रूस की स्थापना करना चाहते हैं [Hasselbach, 2024b] – Он (Путин) хочет осуществить цель своей жизни и построить Великую Россию;

कई पर्यवेक्षक दूसरे विश्व युद्ध पर पुतिन का ज्यादा ध्यान रहने को, सोवियत संघ का दबदबा और सम्मान फिर से ज़िंदा करने की उनकी कोशिशों के रूप में देखते हैं [Victory Day Parade ..., 2024] – Многие наблюдатели рассматривают повышенное внимание Путина ко Второй мировой войне как попытку возродить влияние и престиж Советского Союза;

बाल्टिक देशों एस्टोनिया, लातविया और लिथुआनिया और नाटो के सभी सदस्य आश्चर्य हैं कि यदि पुतिन यूक्रेन में सफल हो सकते हैं, तो वह अगले पाँच साल में उनके यहाँ आएँगे [Gardner, 2024] – Страны Балтии Эстония, Латвия и Литва, а также другие страны-члены НАТО убеждены, что если Путину удастся добиться успеха на Украине, в ближайшие пять лет он придет и к ним.

В приведенном ниже фрагменте реакцию отторжения у аудитории может вызвать напоминание о прошлом российского президента в качестве сотрудника Комитета государственной безопасности СССР – организации, образ которой, как известно, оброс на Западе негативными стереотипами и оценочными клише еще в эпоху Холодной войны:

रूसी जासूसी एजेंसी केजीबी में एक सामान्य जासूस रहे व्लादिमीर पुतिन 1999 में नव वर्ष की पूर्व संध्या में पहली बार देश के राष्ट्रपति बने थे. तब से उन्होंने सत्ता पर लगातार अपना कब्ज़ा बनाया हुआ है. <...> देश में विपक्ष लगभग खत्म हो चुका है और रूस एक तानाशाही शासन जैसे माहौल की ओर बढ़ रहा है [Putin: the Autocrat..., 2024] – Владимир Путин, бывший шпион российского разведывательного ведомства КГБ, впервые стал президентом страны в канун нового года в 1999 году. С тех пор он непрерывно находится у власти. <...> Оппозиция в стране почти подавлена, и Россия движется к общественному порядку, напоминающему диктаторский режим.

В данном фрагменте сказано, что при В.В. Путине в России усиливаются тенденции диктаторского режима. И подобные идеи о сосредоточении неограниченной власти в руках президента неоднократно прослеживаются в статьях как DW, так и BBC. Кроме того, частое повторение этой мысли способствует закреплению в образе России концепта «диктатура», который становится убедительнее из-за обилия материалов о преследовании оппозиции, примеры которых упоминались выше.

Нередко в западных хиндиязычных интернет-ресурсах инициатива военных конфликтов приписывается лично В.В. Путину, что является искажением реальной ситуации и способствует демонизации его образа:

यह राष्ट्रपति पुतिन के लिए मायने रखता है जिन्होंने करीब दो साल पहले निजी तौर पर इस हमले का आदेश दिया था [Gardner, 2024] – Это важно для президента Путина, который почти два года назад лично отдал приказ о нападении;



रूस के राष्ट्रपति व्लादिमीर पुतिन और नेटो के बीच तनाव एक बार फिर बढ़ता दिख रहा है [Why Is Putin's ..., 2024] – *Напряженность между Президентом России Владимиром Путиным и НАТО, похоже, снова возрастает.*

Дискредитация образа В.В. Путина также достигается благодаря материалам, в которых содержится насмешка над ним. Приведенный ниже заголовок может рассматриваться как попытка выставить российского лидера в нелепом виде, поскольку обличает его в попытке приравнять себя к важнейшей в истории России фигуре – князю Владимиру Великому:

‘व्लादिमीर पुतिन क्या खुद को व्लादिमीर दी ग्रेट समझने लगे हैं?’ [Victory Day Parade..., 2024] – «*Владимир Путин начал считать себя Владимиром Великим?*».

Другим способом суггестивного воздействия на сознание аудитории можно назвать использование языковых средств, которые основаны на ассоциативно-образной сущности человеческого мышления. Так, в DW можно встретить случаи употребления метафоры и синекдохи, относящихся к концептуальной сфере «агрессия». Например, в приведенном ниже предложении выражение «боксерский ринг» используются для обозначения «международной арены», что порождает у читателя ассоциацию В.В. Путина с боксером, который готов вести борьбу со своими противниками, другими геополитическими игроками. В другом примере используется словосочетание «военная машина Путина», в котором «военная машина» выступает как обобщенное наименование всех военных ресурсов России. Указание на сосредоточенность военных ресурсов в руках В.В. Путина может, в свою очередь, усиливать чувство опасности, исходящее от него:

(1) भू-राजनीतिक बॉक्सिंग रिंग में पुतिन कई और दौर की तैयारी में हैं [Putin: the Autocrat..., 2024] – *Путин готов к новым раундам на геополитическом боксерском ринге;*

(2) पुतिन की युद्ध मशीन को फंडिंग <...> [Martin, 2024] – *Финансирование военной машины Путина.*

### Выводы

Из приведенных выше примеров следует, что формированию негативного образа нашей страны в DW и BBC (Hindi) во многом способствует материал, дискредитирующий российского лидера В.В. Путина. Кроме того, репрезентация образа России как «опасного» или «агрессивного» государства достигается благодаря использованию авторами различных эксплицитных языковых средств, в частности лексики с отрицательной коннотацией, которая относится преимущественно к семантической категории «конфликт»: из приведенных примеров видно, что слова «Россия» и «российский» чаще всего употребляются в комбинации с такими лексемами, как «агрессия», «нападение», «война», «оккупация» (आक्रामकता, युद्ध, हमला, कब्ज़ा). Материалы DW и BBC также позволяют говорить об использовании при формировании образа России и имплицитных языковых средств, например, насмешки, метафоры и аллюзии.

DW и BBC (Hindi) осуществляют манипулятивное воздействие на сознание читателей, публикуя материалы, содержащие негативные стереотипы о России, в частности ее советском прошлом, предоставляя искаженную информацию и цитируя лица, высказывающих отрицательные суждения о России.

Таким образом, выявленные нами манипулятивные языковые средства позволяют подтвердить предположение, что филиалы европейских информационных ресурсов DW и BBC, нацеленные на индийскую аудиторию, оказывают информационно-психологическое воздействие на читателей в рамках масштабной информационно-психологической войны Запада против России.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- After Navalny There are Many More Opposition Activists in Jail in Russia. 2024. Deutsche Welle, February 22, 2024. URL: <https://www.dw.com/hi/who-are-the-other-opposition-activists-jailed-in-russia/g-68295468> (accessed: January 25, 2025)
- Delcker J. 2024. Germany Braces for Russian Influence Operations. Deutsche Welle, March 29, 2024. URL: <https://www.dw.com/hi/germany-braces-for-russian-influence-operations/a-68698653> (accessed: July 30, 2024)
- Despite the Threat of War, Europe Is Not Ready, What Is the Meaning of This Warning of Poland's PM? 2024. BBC, March 31, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/c51ezv81vweo.amp> (accessed: August 02, 2024)
- G20: Baerbock Tells Russia's Lavrov to End Ukraine War 'Now'. 2024. Deutsche Welle, February 23, 2024. URL: <https://www.dw.com/hi/g20-baerbock-tells-russias-lavrov-to-end-ukraine-war-now/a-68353351> (accessed: August 02, 2024)
- Gardner F. 2024. Is the World Under American Dominance Weakening? What are the Expectations in 2024. BBC, January 1, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/c3gyzvvgllko> (accessed: August 13, 2024)
- Germany's Dilemma on Reintroduction of Conscription. 2024. Deutsche Welle, May 15, 2024. URL: <https://www.dw.com/hi/germanys-dilemma-on-reintroduction-of-conscription/a-69088055> (accessed: August 01, 2024)
- Goryashko S. 2024. Why is Russia Arresting Its Scientists? BBC, June 08, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/c888x7jl2lpo.amp> (accessed: January 25, 2025)
- Hasselbach C. 2024a. In 2024, Germany's Foreign Policy Will Work in Crisis Mode. Deutsche Welle, January 02, 2024. URL: <https://www.dw.com/hi/in-2024-germanys-foreign-policy-will-work-in-crisis-mode/a-67875572> (accessed: July 30, 2024)
- Hasselbach C. 2024b. Germans Not Worried about War — But Should They Be? Deutsche Welle, May 24, 2024. URL: <https://www.dw.com/hi/germans-not-worried-about-war-but-should-they-be/a-69171905> (accessed: July 30, 2024)
- Hofmann F. 2024. Germany's Bundeswehr: How Ready Is It to Defend NATO? Deutsche Welle, April 05, 2024. URL: <https://www.dw.com/hi/germanys-bundeswehr-getting-ready-to-defend-nato/a-68747974> (accessed: July 29, 2024)
- How is Russian Media Running Propaganda? 2024. BBC, May 04, 2024. URL: <https://www.bbc.com/ws/av-embeds/articles/crgy406kdypo/p0hvybyb/hi> (accessed: January 25, 2025)
- Martin N. 2024. Can Putin Rely on India to Boost Russia's War Economy? Deutsche Welle, July 9, 2024. URL: <https://www.dw.com/hi/can-putin-rely-on-india-to-boost-its-war-economy/a-69599953> (accessed: August 01, 2024)
- Murphy M. 2024. What is the Weapon 'Chloropicrin' That America Has Accused Russia of Using? BBC, May 04, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/c3gg7w9pk69o> (accessed: January 25, 2025)
- Orrell H. 2024. These Are Three Reasons Why Russian President Putin Is So Powerful. BBC, March 19, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/ce5e6n53e20o.amp> (accessed: August 15, 2024)
- Putin: The Autocrat Eyeing a New World Order. 2024. Deutsche Welle, March 18, 2024. URL: <https://www.dw.com/hi/putin-the-autocrat-eyeing-a-new-world-order/a-68598409> (accessed: August 03, 2024)
- Rosenberg S. 2024. What Did We Find When We Visited a Library in Russia? BBC, June 04, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/cw440003qqqo.amp> (accessed: July 29, 2024)
- Russian Dissident Wins German Human Rights Award. 2024. Deutsche Welle, February 9, 2024. URL: <https://amp.dw.com/hi/रूस-के-विद्रोही-को-जर्मन-मानवाधिकार-पुरस्कार/a-68213930> (accessed: January 25, 2025)
- Russian Troops Advance in Eastern Ukraine. 2024. BBC, March 08, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/c13dnl7r4exo.amp> (accessed: January 25, 2025)
- Victory Day Parade and Putin's Family. 2024. Deutsche Welle, May 9, 2024. URL: [clck.ru/3Fy4vm](http://clck.ru/3Fy4vm) (accessed: July 28, 2024)
- What Has Changed in Russia in the Two Years of the Russia-Ukraine War? 2024. BBC, February 22, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/cpe00keez9wo.amp> (accessed: January 25, 2025)
- Why is Putin's Warning Being Considered Dangerous after Macron's Statement. 2024. BBC, March 01, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/c72310xkdepo.amp> (accessed: July 29, 2024)



- Why is There a Debate on the Time Chosen By PM Modi to Visit Russia. 2024. BBC, July 8, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/articles/cv2gqrr3vy2o.amp> (accessed: July 30, 2024)
- Why was This Russian Activist Jailed? 2024. BBC, February 29, 2024. URL: <https://www.bbc.com/hindi/media-68429925.amp> (accessed: January 25, 2025)

### Список литературы

- Зарипов Р.И. 2023. Лингвокоммуникативные аспекты информационно-психологической войны в политическом дискурсе. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 7(875): 48–54. DOI: [10.52070/2542-2197\\_2023\\_7\\_875\\_48](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2023_7_875_48)
- Касюк А.Я. 2021. Информационно-психологическое воздействие в информационном противоборстве. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки*, 1(842): 22–34. DOI: [10.52070/2500-347X\\_2021\\_1\\_842\\_22](https://doi.org/10.52070/2500-347X_2021_1_842_22)
- Каблуков Е.В. 2017. «Информационная война» как дискурсивный концепт в российских СМИ. В кн.: Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта «информационная война». Под ред. Э.В. Чепкиной. Москва; Екатеринбург: Кабинетный ученый: 30–52.
- Копнина Г.А. 2017. Лингвистика ИПВ: обоснование и определение понятия. В кн.: Лингвистика информационно-психологической войны. Книга I. Под ред. А.П. Сквородников. Красноярск: Сиб. федер. ун-т: 15–22.
- Кушнерук С.Л., Чудинов А.П. 2019. Становление лингвистики информационно-психологической войны: методологическая неоднородность и первые результаты. *Экология языка и коммуникативная практика*, 4(1): 105–118.
- Никифорова М.В. 2022. Метафорические образы российского лидера в контексте информационно-психологической войны (на материале статей журнала Foreign Affairs за 2021 год). *Политическая лингвистика*, 4 (94): 70–80.
- Сквородников А.П., Копнина Г.А. 2016. Лингвистика информационно-психологической войны: к обоснованию и определению понятия. *Политическая лингвистика*, 1(55): 42–50.

### References

- Kasyuk A.Y. 2021. Information-Psychological Actions in Information Warfare. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social Science*, 1(842): 22–34 (in Russian). DOI: [10.52070/2500-347X\\_2021\\_1\\_842\\_22](https://doi.org/10.52070/2500-347X_2021_1_842_22)
- Zaripov R.I. 2023. Linguistic and Communicative aspects of information-psychological warfare in political discourse. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 7(875): 48–54 (in Russian). DOI: [10.52070/2542-2197\\_2023\\_7\\_875\\_48](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2023_7_875_48)
- Kablukov E.V. 2017. «Informacionnaja vojna» kak diskursivnyj koncept v rossijskih SMI ["Information war" as a discursive concept in Russian media]. In: Problemy konstruirovaniya identichnosti rossijan v diskurse SMI pod vlijaniem koncepta «informacionnaja vojna»: monografija [Problems of constructing the identity of Russians in media discourse under the influence of the concept of "information war": monograph]. Ed. J.V. Chepkinov. Moskva; Ekaterinburg, Publishing house “Kabinetnyj uchenyj”: 30–52.
- Kopnina G.A. 2017. Lingvistika IPV: obosnovanie i opredelenie ponjatija [Linguistics of information-psychological warfare: justification and definition of the concept]. In: Lingvistika informacionno-psihologicheskoy vojny: monografija. Kniga I [Linguistics of information-psychological warfare: monograph. Book I]. Ed. A.P. Skovorodnikova. Krasnojarsk, Publishing house “Sib. feder. un-t”: 15–22.
- Kushneruk S.L., Chudinov A.P. 2019. Development of linguistics of information-psychological warfare: Methodological Heterogeneity and first results. *Ecology of Language and Communicative Practice*, 4(1): 105–118 (in Russian). DOI: [10.17516/2311-3499-081](https://doi.org/10.17516/2311-3499-081)
- Nikiforova M.V. 2022. Metaphorical Images of the Russian Leader in the Context of Information and Psychological Warfare (On the Materials published in Foreign Affairs in 2021). *Political Linguistics*, 4(94): 70–80 (in Russian).
- Skovorodnikov A.P., Kopnina G.A. 2016. Linguistics of Information-Psychological War: on Substantiation and Definition of the Term. *Political Linguistics*, 1(55): 42–50 (in Russian).



**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.  
**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 6.09.2024  
Поступила после рецензирования 21.01.2025  
Принята к публикации 10.03.2025

Received September 9, 2024  
Revised January 21, 2025  
Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Голубцова Екатерина Вячеславовна**, кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры средневосточных языков, факультет иностранных языков, Военный университет Министерства обороны РФ им. князя А. Невского, г. Москва, Россия; Управление научной и инновационной деятельности, Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Россия.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Ekaterina V. Golubtsova**, Candidate of Historical Sciences, Senior Lecturer of the Department of Middle Eastern Languages, Faculty of Foreign Languages, Prince Alexander Nevsky Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation, Moscow, Russia; Research & Innovation Services of South Ural State University, Chelyabinsk, Russia.



УДК 81`42

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-150-160

## **Заголовки политических ток-шоу как средства ориентирующего и суггестивного воздействия на массовую аудиторию (на материале английского языка)**

**Долгополова Л.А., Яковлева Е.П.**

Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова,  
Россия, 295015, г. Симферополь, пер. Учебный, д. 8

[lana-yakovleva81@mail.ru](mailto:lana-yakovleva81@mail.ru)

**Аннотация.** В последние годы исследования в области политического дискурса и медиадискурса привлекают внимание отечественных и зарубежных исследователей. Несмотря на интерес к данной проблематике, недостаточное внимание уделяется заголовкам политических ток-шоу как каналу формирования политических ориентиров и трансляции политической информации от адресанта к массовому адресату. Целью данного исследования является выявление и анализ языковых средств, функционирующих в заголовках политических ток-шоу и реализующих ориентирующее и суггестивное воздействие на массового адресата в англоязычном политическом дискурсе. С целью фиксации и анализа эмоционально-экспрессивных приемов в работе рассмотрены средства образности и выразительности в заголовках политических ток-шоу, функционирующие на различных уровнях ориентирующего речевого воздействия. Исследование проводилось на основе комплексного подхода, включающего методы дискурсивного, стилистического и количественного анализа. Фактический материал исследования включал в себя 60 заголовков англоязычных политических ток-шоу, в которых выявлено 115 средств образности и выразительности. В результате исследования было определено количество и процентное соотношение наиболее распространенных стилистических средств, зафиксированных в заголовках политических ток-шоу, к их общему числу. Было установлено, что к основным средствам образности и выразительности, реализующим максимальный прагматический эффект в заголовках ток-шоу, относятся фигуры замещения: гипербола, метафора, ирония, метонимия. Полученные результаты могут быть использованы в сфере политической лингвистики при изучении англоязычного медиадискурса, приемов и средств суггестивного и ориентирующего воздействия на массовое сознание.

**Ключевые слова:** политический дискурс, дискурс массмедиа, заголовки политических ток-шоу, речевой прием, общественное сознание

**Для цитирования:** Долгополова Л.А., Яковлева Е.П. 2025. Заголовки политических ток-шоу как средства ориентирующего и суггестивного воздействия на массовую аудиторию (на материале английского языка). *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 150–160. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-150-160

## **Names of Political Talk Shows As a Means of Orienting and Suggestive Influence on a Mass Audience (Based on the Material of the English Language)**

**Liliya A. Dolgoplova, Elena P. Yakovleva**

Fevzi Yakubov Crimean Engineering and Pedagogical University  
8 Uchebny lane, Simferopol 295015, Russia

[lana-yakovleva81@mail.ru](mailto:lana-yakovleva81@mail.ru)

**Abstract.** In recent years, research in the field of political discourse and media discourse has attracted close attention of domestic and foreign researchers. One of the most important elements of political discourse is

headlines. Despite the interest in this issue, insufficient attention is paid, in particular, to the names of political talk shows as a channel for forming political guidelines and broadcasting political information from the addresser to the mass addressee. The question of studying the mechanisms through which the title, as a special semantic core, comprehensively and purposefully affects the mass addressee remains insufficiently investigated. The purpose of this study is to identify and analyze the linguistic means functioning in the names of political talk shows and producing an orienting and suggestive effect on the mass addressee in English-language political discourse. The names of political talk shows are separate speech works of various functional and stylistic orientation and are the most important element of political discourse, performing its perceptive and suggestive functions and properties, such as ideologicity, evaluability, expressiveness, and manipulateness. They have a significant semantic-pragmatic potential, contributing to the fulfillment of the orienting and pragmatic function of political communication. In order to record and analyze emotionally expressive techniques, the paper considers means of imagery and expressiveness in the names of political talk shows, functioning at various levels of orienting speech influence. The study was carried out on the basis of an integrated approach, including methods of discursive, stylistic and quantitative analysis. The actual material of the study was obtained by the method of continuous sampling on the YouTube channel and included 60 titles of English-language political talk shows, in which 115 means of imagery and expressiveness were identified. As a result of the study, the percentage of the most common stylistic means recorded in the names of political talk shows to their total number was determined. The research revealed the main means of imagery and expressiveness that produce the maximum pragmatic effect, including replacement figures: hyperbole, metaphor, irony, metonymy; correlation shapes: comparisons and qualifier synonyms. The obtained results can be used in political linguistics for studying the English-language media course, techniques and means of its influence on the mass consciousness.

**Keywords:** political discourse, names of political talk shows, speech technique, public consciousness

**For citation:** Dolgopolova L.A., Yakovleva E.P. 2025. Names of Political Talk Shows As a Means of Orienting and Suggestive Influence on a Mass Audience (Based on the Material of the English Language). *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 150–160 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-150-160

---

## Введение

Политический дискурс и дискурс масс-медиа являются культурнообусловленными феноменами, так как нормы, ценности и традиции лингвокультурной общности определяют взаимодействие политики и общества, которое выражается в распространении политических идей и их восприятии социумом. По мнению Е.И. Шейгал, специфической чертой политики, «в отличие от ряда других сфер человеческой деятельности, является ее преимущественно дискурсивный характер: многие политические действия по своей природе являются речевыми действиями» [Шейгал, 1998, с. 22]. Политические реалии конструируются и осуществляются в дискурсе и через дискурс, а политические концепции создаются через язык и коммуникацию. В основании же любого дискурса лежит высказывание – «атом» речевой практики [Михалева, 2002]. Основная цель политической коммуникации заключается в воздействии на адресата и формировании определённой («правильной» с точки зрения субъекта) языковой картины политического мира, а также в побуждении его к определённым («правильным») оценкам, действиям [Карамова, 2014, с. 143]. Функции политического дискурса ток-шоу тесно связаны с «воссозданием социально-политической реальности» у зрительской аудитории. Как считают Луизе Филлипс и Марианна Йоргенсен, «язык не просто канал передачи информации о простых явлениях, фактах или поведении людей, а “механизм”, воспроизводящий и в результате создающий социальный мир» [Phillips, Jorgensen, 2002, p. 26]. Воздействие на зрительскую аудиторию происходит посредством использования дискурсивных формул, своеобразных оборотов речи, свойственных общению в соответствующем социальном институте, фиксирующих определённую систему отношений [Карасик, 2002].



Одним из эффективных средств воздействия многими исследователями признаны заголовки. Заголовки политических ток-шоу представляют собой отдельные речевые произведения различной функционально-стилистической направленности, являясь важнейшим элементом политического дискурса, реализующим его персуазивную и суггестивную функции. В данном исследовании под заголовком политического ток-шоу мы понимаем «самостоятельный жанр масс-медиа со своими коммуникативными, семантическими и структурными характеристиками» [Грицкевич, 2015], имеющий особую форму, стиль, определенные функции и цели. Информационное наполнение заголовка позволяет воспринимать его как отдельное высказывание. Исследователь Д. Ри полагает, что заголовок является уникальным типом текста, имеющим целый ряд функций, которые диктуют свою форму, содержание и структуру [Reah, 2002, с. 43]. Заголовки политических ток-шоу имеют значительный семантико-прагматический потенциал и реализуют важнейшие свойства политического дискурса: экспрессивность, идеологичность, манипулятивность и оценочность [Карамова, 2013, с. 11].

Основными целями заголовков являются: привлечение внимания аудитории, информирование, формирование общественного мнения, получение эмоционального отклика и создание контекста для понимания политических событий. Заголовки политических ток-шоу позволяют экономно и динамично передать содержание телепередачи, реализуя ряд важных функций в контексте политического дискурса и дискурса СМИ: рекламную функцию, заключающуюся в привлечении внимания потенциального зрителя; функцию информирования, предполагающую предоставление информации о текущих фактах и событиях; функцию формирования общественного мнения, заключающуюся в акцентировании внимания массового адресата на определенных фактах и событиях, способствующую формированию к ним положительного или отрицательного отношения.

К исследованию заголовков обращались как отечественные, так и зарубежные ученые [Винокур, 1929; Бессонов, 1958; Mardh, 1980; Fowler, 1991; Шостак, 1998; Morley, 1998; Reah, 2002]; Кобозева, 2008; Гальперин, 2009; Баженова, 2014; Muldoon, 2024; и др.]. Винокур Г.О. выделяет обозначающую, указательную и рекламную функции заголовков. По его мнению, назначение заголовка «... в том, чтобы указать на событие и его обозначить» [Винокур, 1929, с. 132]. В.А. Вомперский [1966] выделяет у заголовков следующие четыре функции: коммуникативную, апеллятивную, экспрессивную, графически-выделительную. В первую очередь, по мнению автора, заголовок реализует коммуникативную функцию, предполагающую предоставление информации о предмете речи и апеллятивную, заключающуюся в информировании и воздействии на адресата с целью формирования эмоционального отклика. По мнению многих исследователей [Карицкая, 2008; Плаксина, Кусова, 2011; Жажиева, Шишкина, 2014] заголовок, выполняя номинативную функцию, дает возможность аудитории выделить его из массы других. Исследователи Гарст Р.Е. и Бернштейн Т.М. рассматривают заголовок как один из лучших масштабов информации, позволяющий оценить важность новости, по крайней мере, в оценке редактора [Garst, Bernstein, 1982].

По мнению психологов, чем воздействие эмоциональнее, тем оно эффективнее так как эмоциональный образ хорошо запоминается. По мнению исследователей, именно изобразительно-выразительные средства языка в современной науке рассматриваются в качестве максимально эффективных средств воздействия на массового адресата [Гальперин, 2009]. Средства образности и выразительности, ориентированные на эмоциональную сферу личности адресата, являются наиболее эффективными приемами, позволяющими осуществить суггестивный и ориентирующий эффект на массовую аудиторию.

Несмотря на неослабевающий интерес к вопросам исследования заголовков как значимых элементов политического дискурса, следует отметить недостаточную

изученность их прагматического потенциала и средств реализации в дискурсе массмедиа. В связи с этим целью нашего исследования является выявление и анализ экспрессивных речевых приемов, функционирующих в современных англоязычных заголовках политических ток-шоу с точки зрения их суггестивного и ориентирующего воздействия на массовую аудиторию.

### Материалы и методы исследования

Объектом нашего исследования являются заголовки англоязычных политических ток-шоу как средства ориентирующего и суггестивного воздействия на массовую аудиторию. Предметом исследования являются языковые средства, реализующие максимальный прагматический потенциал заголовков в англоязычном политическом дискурсе.

Методика исследования предполагает комплексный подход, включающий методы компонентного и стилистического анализа иллюстративного материала. В качестве материала исследования мы выбрали англоязычные заголовки политических ток-шоу, транслируемых на зарубежном телевидении в период с 2016 по 2024 год (табл. 1).

Таблица 1  
Table 1

Характеристики источников иллюстративного материала политических ток-шоу  
Characteristics of sources of illustrative material taken from political talk shows

Характеристика	Conflict Zone (Зона конфликта)	The Daily Show (Ежедневное шоу)	The Debate (Дебаты)
Вещание	Deutsche Welle (Германия)	Comedy Central (США)	кабельные новостные сети (США)
Периодичность выхода в эфир	1 раз в неделю	4 раза в неделю	5 раз в неделю
Длительность выпуска, мин.	20	30	60
Ведущие	Тим Себастиан	Тревор Ноа Джон Стюарт	Крис Тальман
Количество гостей	один	несколько	несколько

С целью качественной оценки речевых приемов, применяемых для успешного ориентирующего и суггестивного воздействия на массового адресата, был проведен анализ иллюстративного материала, включающего в себя 60 наименований англоязычных политических ток-шоу.

### Результаты и их обсуждение

В данном исследовании с точки зрения прагматического подхода к изучению заголовков, основными ключевыми фигурами политической коммуникации мы будем считать адресанта, представленного редакционной группой, и адресата – массовую аудиторию. Позиция, взгляды, побудительные и оценочные намерения, интенции адресанта выражаются в содержании заголовка политического ток-шоу и обусловлены его коммуникативно-прагматическими задачами. Е.О. Менджерицкая [2011, с. 99] отмечает, что во всех средствах массовой информации на первый план в последнее время определенно выходит функция воздействия. Ориентирующая функция заголовка проявляется на самых различных уровнях ориентирующего воздействия когнитивно-



познавательном (усвоение политической информации), аффективном (эмоциональная передача данной информации адресату), аксиологическим (оценка адресантом полученной информации), волонтеративном (корректировка адресантом мировидения адресата, путем воздействия на его сознательные и поведенческие установки посредством различных языковых инструментов в зависимости от прагматических целей). Все вышеперечисленные уровни ориентирующего воздействия объединяет одна цель – ориентировать участников политической коммуникации на нужное восприятие и интерпретирование информации.

Рассмотрим основные стилистические приемы, наиболее частотно применяемые в заголовках политических ток-шоу и реализующие максимальный прагматический эффект. [Чельшев, 2014]. Следует отметить, что заголовки ток-шоу заимствуют из литературного языка практически все средства, обладающие свойствами эмоционального воздействия на адресата. Тропы, стилистические фигуры и риторические приемы дают возможность подчеркнуть важную информацию и одновременно с этим создают особый ритм, который эмоционально воздействует на массового адресата. Выбор лексических и стилистических средств в заголовках определяется, главным образом, мотивами и целями адресанта.

В англоязычных программах часто используются *метафоры*, придающие образность высказыванию:

*Bringing Russia to the negotiating table: What actions can Ukraine take? | Conflict Zone / Усадить Россию за стол переговоров: Какие действия может предпринять Украина?* <sup>1</sup>.

Метафорическое выражение в образной и эмоциональной форме описывает намерение адресанта достичь диалога, начав процесс переговоров.

Приемы *ирония* и *сарказм* подчеркивают нелепость поведения политиков:

Jon Stewart on Trump's "Victimless" Fraud & Jordan Klepper on Trump's Bible Grift | The Daily Show / Джон Стюарт о «безжертвенном» мошенничестве Трампа и Джордан Клеппер о мошенничестве Трампа с Библией <sup>2</sup>.

В данном случае адресант критически оценивает поведение Трампа, подчеркивая противоречия в его действиях. Прием противопоставления между «жертвенным» и «безжертвенным» акцентирует внимание на возможном лицемерии политика.

*Ирония* и *контраст* ориентированы на эмоциональный отклик аудитории:

Fox News Freaks Out Over Easter Falling on Trans Visibility Day | The Daily Show / Fox News в ужасе из-за того, что Пасха приходится на День трансгендерности <sup>3</sup>.

В данном случае заголовок ток-шоу содержит сравнение и противопоставление Пасхи как одного из главных религиозных праздников и Дня трансгендерности. Прием содержит негативную оценку события и рассчитан на эмоциональную реакцию массового адресата.

*Апелляция к разуму и эмоциям аудитории* реализует намерение редакционной группы обратиться к здравому смыслу:

Leslie Jones Begs America Not to Elect Trump | The Daily Show / Лесли Джонс умоляет Америку не выбирать Трампа <sup>4</sup>.

Заголовок телепрограммы в данном случае выражает призыв к массовой аудитории ответственно подойти к выбору президента страны.

<sup>1</sup> Bringing Russia to the negotiating table: What actions can Ukraine take? | Conflict Zone. 2024. ModernGhana. URL: <https://www.modernghana.com/videonews/dw/1/362847> (accessed: 10.11.2024).

<sup>2</sup> Jon Stewart on Trump's "Victimless" Fraud & Jordan Klepper on Trump's Bible Grift | The Daily Show. VK. URL: [https://vk.com/video566163099\\_456429204?ysclid=m6n9l393kn108904553](https://vk.com/video566163099_456429204?ysclid=m6n9l393kn108904553) (accessed: 10.11.2024).

<sup>3</sup> Fox News Freaks Out Over Easter Falling on Trans Visibility Day | The Daily Show. 2024. ArcaMax, April 4, 2024. URL: <https://www.arcamax.com/entertainment/humor/jokes/s-3190937> (accessed: 10.11.2024).

<sup>4</sup> Leslie Jones Begs America Not to Elect Trump | The Daily Show. 2024. Amara, March 30, 2024. URL: <https://amara.org/videos/rFCMXUe7FZd3/info/leslie-jones-begs-america-not-to-elect-trump-the-daily-show/?team=captions-requested> (accessed: 10.11.2024)

Речевой прием *гипербола* используется для привлечения внимания аудитории:

UN official: what we are seeing is *unprecedented* | Conflict Zone / Представитель ООН: то, что мы видим, *беспрецедентно*<sup>1</sup>.

Заголовок программы выражает исключительность ситуации и большую важность события.

Речевой прием *обобщение*, усиленный *критикой*, выражает негативное отношение редакционной группы к существующему политическому курсу:

Former NATO General: *Western self-deterrence* only *prolongs* Ukraine war | Conflict Zone / Бывший генерал НАТО: *Западное самосдерживание* только *продлевает* войну на Украине<sup>2</sup>.

В данном примере демонстрируется причинно-следственная связь между неэффективной, по мнению автора, политикой Запада и продолжением войны.

*Эмоциональная оценка* и *метафора* ориентированы на эмоциональную реакцию аудитории:

*Turning point* for Turkey? Erdogan's AKP *suffers biggest election setback* in decades • FRANCE 24 / *Поворотный момент* для Турции? ПСР Эрдогана *потерпела крупнейшее поражение* на выборах за последние десятилетия<sup>3</sup>.

Метафора «*поворотный момент*» символизирует возможность значительных изменений в политической повестке Турции и подчеркивают важность этих событий.

Использование *иронии* придает эмоциональную окраску заголовку:

Jon Stewart Calls BS on Trump & the GOP's *Performative Patriotism* | The Daily Show / Джон Стюарт критикует Трампа и *перформативный патриотизм* Республиканской партии<sup>4</sup>.

Ироничный тон высказывания подчеркивает несоответствие между словами и действиями политика, помогая критиковать его поведение не прибегая к прямым обвинениям. Эпитет «*performative*» характеризует патриотизм Трампа, как неискренний и показательный.

*Риторический вопрос* стимулирует размышления над полученной информацией: *Revolving door politics? Shadow of military looms over Pakistan elections* | France 24 English / Политика «*вращающихся дверей*»? Тень военных нависла над выборами в Пакистане<sup>5</sup>.

В данном примере адресант подчеркивает наличие сложностей в политической системе Пакистана и призывает аудиторию задуматься над полученной информацией.

Всего в изученных заголовках нами были выявлены 115 средств образности и выразительности, что позволило подсчитать процентное соотношение каждого из них к общему числу. За единицу исследования мы приняли высказывание, формирующее заголовок политического ток-шоу, как единицу речи, которую можно считать инструментом волюнтаристического и когнитивно-познавательного уровня речевого воздействия. Результаты статистической обработки речевых приемов приведены в табл. 2.

<sup>1</sup> UN official: what we are seeing is *unprecedented* | Conflict Zone. 2023. Youtube, November 15, 2023. URL: [https://youtu.be/wW7tmQFUP\\_c?si=DchyZVVSngBQq6P5](https://youtu.be/wW7tmQFUP_c?si=DchyZVVSngBQq6P5) (accessed: 10.11.2024).

<sup>2</sup> Former Nato General: Western Self-Deterrence Only Prolongs Ukraine War, Conflict Zone. 2023. Thewikihow, September 13, 2023. Available at: [https://thewikihow.com/video/QbwYBv\\_vARU](https://thewikihow.com/video/QbwYBv_vARU) (accessed: 10.11.2024).

<sup>3</sup> Turning point for Turkey? Erdogan's AKP suffers biggest election setback in decades. 2024. France24, April 1, 2024. Available at: <https://www.france24.com/en/tv-shows/the-debate/20240401-turning-point-for-turkey-erdogan-s-akp-suffers-biggest-election-setback-in-decades> (accessed: 10.11.2024).

<sup>4</sup> Jon Stewart Calls BS on Trump & the GOP's Performative Patriotism | The Daily Show. 2024. ArcaMax, March 13, 2024. Available at: <https://www.arcamax.com/entertainment/humor/jokes/s-3156228> (accessed: 10.11.2024).

<sup>5</sup> Revolving door politics? Shadow of military looms over Pakistan elections | France 24 English. 2024. 4k-video, February 7, 2024. Available at: <https://4k-video.ru/en/id-video/EEAuKNrEOxQ/revolving-door-politics-shadow-of-military-looms-over-pakistan-elections-france-24-english> (accessed: 10.11.2024).



Таблица 2  
 Table 2

Реализация наиболее частотных средств образности и выразительности  
 в заголовках англоязычных политических ток-шоу  
 Implementation of the most frequent means of imagery and expressiveness  
 in the titles of English-language political talk shows

Средства образности и выразительности		Показатель (%)
Стилистические приемы синтаксиса	Взаимодействие синтаксических структур в контексте	
	Анафора	4 (3,4)
	Эпифора	5 (4,3)
	Транспозиция значения синтаксических структур в контексте	
	Риторический вопрос	7 (6)
Фигуры замещения	Фигуры количества	
	Гипербола	30 (26)
	Мейозис	6 (5,2)
	Фигуры качества	
	Метафора	28 (24,3)
	Метонимия	18 (15,6)
	Ирония	20 (17,3)
Фигуры совмещения	Фигуры противоположности	
	Антитеза	6 (5,2)
	Оксюморон	2 (1,7)
	Фигуры тождества	
	Синонимы-уточнители	16 (13,9)
	Синонимы-заместители	5 (4,3)
	Сравнение	17 (14,7)
	Фигуры неравенства	
	Нарастание	12 (10,4)
	Разрядка	10 (8,6)

### Заключение

Заголовки политических ток-шоу являются средствами формирования политического дискурса и дискурса масс-медиа. В зависимости от цели воздействия на аудиторию, в заголовках политических ток-шоу используются различные техники и средства языка.

В исследовании выявлены наиболее распространенные средства образности и выразительности, функционирующие в заголовках современных политических ток-шоу и оказывающие максимальный прагматический эффект на массового адресата на всех уровнях ориентирующего воздействия: гипербола – 26 %, метафора – 24,3 %, ирония – 17,3 %, метонимия – 15,6 %.

Анализ средств образности и выразительности показал, что применение *гипербол* и *метафор* в заголовках политических ток-шоу позволяют сформировать эмоциональный образ, позволяющий донести определенные политические идеи и сформировать необходимые адресанту ассоциации у массового адресата.

Частотное использование *иронии* в заголовках политических ток-шоу позволяет подчеркивать нелогичность или нелепость ситуации, позволяя мягко корректировать убеждения адресата. Применение *риторического вопроса* в наименовании ток-шоу позволяет акцентировать внимание адресата на конкретном вопросе или проблеме и побуждает к размышлениям.

Анализ стилистических приемов в заголовках политических ток-шоу позволяет выявить динамику формирования восприятия общественностью политических процессов, происходящих в современном обществе.

### Список литературы

- Афанасьева А.Р. 2014. Метафора в заголовках статей как прием речевого воздействия. Вектор науки Тольяттинского государственного университета, 4(30): 72–75.
- Баженова Е.Ю. 2014. Дискурсивные стратегии представления информации в новостных текстах британских СМИ (на материале качественных интернет-газет). Дис. ... канд. филол. наук. Благовещенск, 181 с.
- Бессонов А.С. 1958. Газетный заголовок. Ленинград, Лениздат, 62 с.
- Винокур Г.О. 1929. Культура языка. Москва, Федерация, 335 с.
- Вомперский В.П. 1966. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка. В кн.: Искусство публицистики (Проблемы теории и мастерства). Тезисы докладов на Республиканской научной конференции (Алма-Ата, 1966). Алма-Ата, Казахстан: 82–85.
- Гальперин И.Р. 2009. Текст как объект лингвистического исследования. Под ред. Г.В. Степанова. Москва, URSS, ЛИБРОКОМ, 139 с.
- Грицкевич Ю.Н. 2015. Влияние заголовка на построение и реализацию политического дискурса в масс-медийном пространстве. Вестник Псковского Государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. Выпуск 1, 155 с.
- Добросклонская Т.Г. 2012. Язык средств массовой информации. Москва, КДУ, 115 с.
- Жажиева Р.С., Шишкина А.В. 2014. Газетный заголовок: рекламный аспект. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*, 4(149):150–154.
- Карасик В.И. 2002. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, Перемена, 477 с.
- Карамова А.А. 2013. Современный политический дискурс: конец XX – начало XXI вв. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. Уфа, 38 с.
- Карамова А.А. 2014. Грамматические средства идеологичности политического дискурса. *Политическая лингвистика*, 2(48):143–148.
- Кобозева И.М. 2008. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ. В кн.: Язык средств массовой информации. Под ред. М.Н. Володиной. Москва, Академический проект; Альма Матер: 221–236.
- Карицкая Л.Ю. 2008. Прецедентный текст в газетном заголовке. *Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова*, 14(4): 148–151.
- Менджеричкая Е.О. 2011. Дискурс vs функциональный стиль: что есть язык СМИ? *Вестник Челябинского государственного университета. Вып. 85: Филология. Искусствоведение*, 13(228): 99–102.
- Милованова С.О. 2010. Газетный заголовок как средство актуализации смысла. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*, 1: 368–372.
- Михалева О.Л. 2002. Политический дискурс: способы реализации агональности. В кн.: Построение гражданского общества. Материалы Международного гуманитарного конгресса (Иркутск, 16–19 сентября 2002 г.). Ч. 3: Русский язык: его современное состояние и проблемы преподавания. Иркутск, Иркутский государственный педагогический университет: 96–105.
- Плаксина Е.Б., Кусова М.Л. 2011. Языковые средства реализации воздействующей функции



- заголовков (на материале российской и французской прессы). *Политическая лингвистика*, 4(38): 117–120.
- Свинцова И.Ю. 2015. Интерпретация заголовка российских СМИ при обучении иностранцев русскому языку. В кн.: Теоретические и прикладные аспекты современной науки. Сборник научных трудов по материалам VIII Международной научно-практической конференции (Белгород, 27 февраля 2015 г.): в 7 ч. Под ред. М.Г. Петровой. Ч. 2. Белгород, ИП Петрова М.Г.: 136–145.
- Шейгал Е.И. 1998. Структура и границы политического дискурса. *Филология*, 14: 22–29.
- Шостак М.И. 1998. Журналист и его произведения. Москва, Гендальф, 95 с.
- Чельшев С.А. 2014. Речевое воздействие заголовков печатных изданий (на примере прессы Костромской области). *Вестник Костромского государственного университета имени Н.А. Некрасова*, 20(1):188–190.
- Bell A. 1991. *The Language of News Media*. Oxford, UK, Cambridge, MA, 277 p.
- Caroline M. de B. Clark. 2007. *Views in News Textbook*. LED Edizioni Universitarie, 140 p.
- Fowler R. 1991. *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London, New York, Routledge, 254 p.
- Garst R.E., Bernstein T.M. 1982. *Headlines and deadlines. A manual for copy editors*. New York : Columbia University Press, 237 p.
- Mardh I. 1980. *Headlines: On the Grammar of English Front Page Headlines*. Lund, Liberlaromedel/Gleerup, 200 p.
- Morley J. 1998. *Truth to tell: Form and function in newspaper headlines*. Bologna, CLUEB, 227 p.
- Reah D. 2002. *The Language of Newspapers*. London, Routledge, 126 p.
- Phillips L.J., Jorgensen M.W. 2002. *Discourse Analysis as Theory and Method*. SAGE Publications Ltd, 230 p.
- Swan M. 2005. *Practical English Usage*. Oxford, Oxford University Press, 658 p.
- Znamenskaya T.A. 2006. *Stylistics of the English Language. Fundamentals of the Course*. Moscow, Publ. Editorial URSS, 224 p.

## References

- Afanasyeva A.R. 2014. Metaphor in headlines as a method of verbal influence. *Science Vector of Togliatti State University*, 4(30): 72–75 (in Russian).
- Bazhenova E.Yu. 2014. Diskursivnye strategii predstavleniya informatsii v novostnykh tekstakh britanskikh SMI (na materiale kachestvennykh internet-gazet) [Discursive strategies of information presentation in news texts of British media (based on high-quality online newspapers)]. Dis. ... Cand. Philol. Sciences. Blagoveshchensk, 181 p.
- Bessonov A.S. 1958. *Gazetnyi zagolovok* [Newspaper headline]. Leningrad, Publ. Lenizdat, 62 p.
- Vinokur G.O. 1929. *Kul'tura yazyka* [The culture of language]. Moscow, Publ. Federatsiya, 335 p.
- Vomperskii V.P. 1966. K izucheniyu sintaksicheskikh struktury gazetnogo zagolovka [On the study of syntactic structures of newspaper headlines]. In: *Iskusstvo publitsistiki (Problemy teorii i masterstva)* [The art of journalism (Problems of theory and craftsmanship)]. Abstracts of reports at the Republican scientific conference-seminar (Alma-Ata, 1966). Alma-Ata, Publ. Kazakhstan: 82–85.
- Gal'perin I.R. 2009. *Tekst kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic research]. Ed. G.V. Stepanov. Moscow, Publ. URSS, LIBROKOM, 139 p.
- Grickevich Ju.N. 2015. Vliyanie zagolovka na postroenie i realizaciju politicheskogo diskursa v mass-medijnom prostranstve. *Vestnik Pskovskogo Gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Social'no-gumanitarnye nauki. Vypusk 1, 155 p.
- Dobrosklonskaya T.G. 2012. *Yazyk sredstv massovoi informatsii* [Language of the Mass Media]. Moscow, Publ. KDU, 115 p.
- Zhazhieva R.S., Shishkina A.V. 2014. Newspaper Heading: Advertising Aspect. *Bulletin of the Adyghe state university. Series «Philology and the arts»*, 4(149):150–154 (in Russian).
- Karasik V.I. 2002. *Yazykovoi krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Volgograd, Publ. Peremena, 477 p.

- Karamova A.A. 2013. Sovremenniy politicheskii diskurs: konets KhKh – nachalo KhKh1 vv. [Modern political discourse: the end of the 20th – the beginning of the 21st centuries]. Abstract. ... Doc. Philol. Sciences. Ufa, 38 p.
- Karamova A.A. 2014. Grammatical Means of Political Discourse Ideology. *Political Linguistics*, 2(48): 143–148 (in Russian).
- Kobozeva I.M. 2008. Lingvopragmaticheskii aspekt analiza yazyka SMI [Lingvopragmatic aspect of the analysis of the language of the media]. In: Yazyk sredstv massovoi informatsii [Language of the Mass Media]. Ed. M.N. Volodina. Moscow, Publ. Akademicheskii proekt; Al'ma Mater: 221–236.
- Karitskaya L.Yu. 2008. Pretsedentnyi tekst v gazetnom zagolovke [Precedent text in a newspaper headline]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova*, 14(4): 148–151.
- Mendzheritskaya E.O. 2011. Diskurs vs funktsional'nyi stil': chto est' yazyk SMI [Discourse vs. functional style: what is the language of the media]? *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. Iss. 85: *Filologiya. Iskusstvovedenie*, 13(228): 99–102.
- Milovanova S.O. 2010. Gazetnyi zagolovok kak sredstvo aktualizatsii smysla [Newspaper headline as a means of actualizing meaning]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*, 1: 368–372.
- Mikhaleva O.L. 2002. Politicheskii diskurs: sposoby realizatsii agonol'nosti [Political discourse: ways of implementing agonality]. In: Postroenie grazhdanskogo obshchestva [Building a civil society]. Proceedings of the International Humanitarian Congress (Irkutsk, September 16–19, 2002). Part 3: Russkii yazyk: ego sovremennoe sostoyanie i problemy prepodavaniya [Russian language: its current state and problems of teaching]. Irkutsk, Publ. Irkutskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet: 96–105.
- Plaksina E.B., Kusova M. L. 2011. Language means of realization of influence function of headlines. *Political Linguistics*, 4(38): 117–120 (in Russian).
- Svintsova I.Yu. 2015. Interpretatsiya zagolovka rossiiskikh SMI pri obuchenii inostrantsev russkomu yazyku [Interpretation of Russian media headlines when teaching Russian to foreigners]. In: Teoreticheskie i prikladnye aspekty sovremennoi nauki [Theoretical and applied aspects of modern science]. Collection of scientific papers based on the materials of the VIII International scientific and practical conference (Belgorod, February 27, 2015): in 7 parts. Ed. M.G. Petrova. Part 2. Belgorod, Publ. IP Petrova M.G.: 136–145.
- Sheigal E.I. 1998. Struktura i granitsy politicheskogo diskursa [The Structure and Limits of Political Discourse]. *Filologiya*, 14: 22–29.
- Shostak M.I. 1998. Zhurnalist i ego proizvedeniya [Journalist and his works]. Moscow, Publ. Gendal'f, 95 p.
- Chelyshev S.A. 2014. Rechevoe vozdeistvie zagolovkov pechatnykh izdaniy (na primere pressy Kostromskoi oblasti) [Speech impact of printed publications' headlines (on the example of Kostroma region press)]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova*, 20(1):188–190.
- Bell A. 1991. *The Language of News Media*. Oxford, UK, Cambridge, MA, 277 p.
- Caroline M. de B. Clark. 2007. *Views in News Textbook*. LED Edizioni Universitarie, 140 p.
- Fowler R. 1991. *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London, New York, Routledge, 254 p.
- Mardh I. 1980. *Headlines: On the Grammar of English Front Page Headlines*. Lund, Liberlaromedel/Gleerup, 200 p.
- Morley J. 1998. *Truth to tell: Form and function in newspaper headlines*. Bologna, CLUEB, 227 p.
- Reah D. 2002. *The Language of Newspapers*. London, Routledge, 126 p.
- Phillips L.J., Jorgensen M.W. 2002. *Discourse Analysis as Theory and Method*. SAGE Publications Ltd, 230 p.
- Swan M. 2005. *Practical English Usage*. Oxford, Oxford University Press, 658 p.
- Znamenskaya T.A. 2006. *Stylistics of the English Language. Fundamentals of the Course*. Moscow, Publ. Editorial URSS, 224 p.



**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.  
**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 09.12.2024  
Поступила после рецензирования 21.01.2025  
Принята к публикации 10.03.2025

Received December 09, 2024  
Revised January 21, 2025  
Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Долгополова Лилия Анатольевна**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации, Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова, г. Симферополь, Россия.

**Liliya A. Dolgopolova**, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Linguistics and Intercultural Communication, Fevzi Yakubov Crimean Engineering and Pedagogical University, Simferopol, Russia.

**Яковлева Елена Павловна**, преподаватель кафедры английской филологии, Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова, г. Симферополь, Россия.

**Elena P. Yakovleva**, Teacher of the Department of English Philology, Fevzi Yakubov Crimean Engineering and Pedagogical University, Simferopol, Russia.

УДК 81-2

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-161-168

## Характерные особенности развития словарного состава тунисского варианта французского языка на примере семантического поля «религия»

<sup>1</sup> Школьникова О.Ю., <sup>2</sup> Жевлакова П.Г., <sup>2</sup> Кривчикова Н.Л.

<sup>1</sup> Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Россия, 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1,

<sup>2</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85

[chkolnikova@mail.ru](mailto:chkolnikova@mail.ru), [p.zhevlakova99@mail.ru](mailto:p.zhevlakova99@mail.ru), [Krivchikova@bsuedu.ru](mailto:Krivchikova@bsuedu.ru)

**Аннотация.** Представлен сопоставительный анализ характерных особенностей развития словарного состава тунисского варианта французского языка на примере семантического поля «религия». Основное внимание уделяется влиянию арабского языка и исламской культуры на формирование лексического состава тунисского варианта французского языка, а также механизмам заимствования и словообразования, которые возникают в результате интенсивного межъязыкового взаимодействия. Автор выделяет ключевые элементы изменения значений слов и устойчивых выражений, которые отражают уникальные культурные и религиозные контексты Туниса. Рассмотрены процессы адаптации арабизмов и их интеграции в структуру французского языка, что подчеркивает динамику языковых изменений. Анализ языковых данных позволяет не только глубже понять специфику лексических процессов, но и выявить их связь с социокультурными и историческими реалиями региона. Исследование вносит вклад в изучение языковых контактов и культурного взаимодействия в многоязычных обществах, демонстрируя, как религия и культура формируют языковую картину мира.

**Ключевые слова:** языковая вариативность, словарный состав, тунисский вариант французского языка, семантическое поле «религия», заимствование, словосложение

**Для цитирования:** Школьникова О.Ю., Жевлакова П.Г., Кривчикова Н.Л. 2025. Характерные особенности развития словарного состава тунисского варианта французского языка на примере семантического поля «религия». *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 161–168. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-161-168

---

## Characteristic Features of the Development of Tunisian French Vocabulary on the Example of “Religion” Semantic Field

<sup>1</sup> Olga Y. Shkolnikova, <sup>2</sup> Polina G. Zhevlakova, <sup>2</sup> Nelja L. Krivchikova

<sup>1</sup> Lomonosov Moscow State University,  
1 Leninskie gory, Moscow 119991, Russia

<sup>2</sup> Belgorod State National Research University,  
85 Pobedy St, Belgorod 308015, Russia

[chkolnikova@mail.ru](mailto:chkolnikova@mail.ru), [p.zhevlakova99@mail.ru](mailto:p.zhevlakova99@mail.ru), [Krivchikova@bsuedu.ru](mailto:Krivchikova@bsuedu.ru)

**Abstract.** The article compares the distinctive features of the vocabulary development in the Tunisian variant of the French language, using the semantic field of "religion" as an example. The primary focus is on the influence of the Arabic language and Islamic culture on the formation of the lexical system, as well as on the mechanisms of borrowing and word compounding that arise as a result of intensive cross-lingual



interaction. The author identifies key elements of semantic shifts and set expressions that reflect the unique cultural and religious contexts of Tunisia. Particular attention is paid to the processes of adaptation of Arabisms and their integration into the structure of the French language, highlighting the dynamics of linguistic change. The analysis of linguistic data not only provides a deeper understanding of the specifics of lexical processes but also reveals their connection with the sociocultural and historical realities of the region. The study contributes to the research on language contact and cultural interaction in multilingual societies, demonstrating how religion and culture shape the linguistic worldview.

**Keywords:** language variation, vocabulary, Tunisian variant of French, semantic field “religion”, loanwords, compounding

**For citation:** Shkolnikova O.Y., Zhevlakova P.G., Krivchikova N.L. 2025. Characteristic Features of the Development of Tunisian French Vocabulary on the Example of “Religion” Semantic Field. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 161–168 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-161-168

## Введение

Необходимо четко понимать многочисленные проблемы, в частности социальные факторы, лежащие в основе языковой вариативности. Необходимо интегрировать вариативность со всеми соответствующими социолингвистическими аспектами и ответить на вопросы о месте и роли языковых явлений в тунисском обществе. Языковая ситуация в Тунисе очень сложная, тем более что установить границы между языками или языковыми разновидностями, которые находятся в постоянном контакте, невозможно. Носители чередуют эти разновидности и используют одну или несколько из них в зависимости от своих языковых потребностей. Многочисленные переменные влияют и обуславливают смену кода, стиля, регистра и т. д. Ситуация, географическое и временное пространство, физическая и социокультурная среда, тип отношений говорящего с его собеседником, пол каждого из них, социальная и идеологическая принадлежность, тема разговора, цели, которые говорящий желает достичь, – все это параметры, определяющие выбор языкового кода, а также стиль и форму языка [Gadacha, 1998].

Сосуществование французского языка наряду с арабским не может не иметь последствий для его собственного внутреннего механизма. Так, контакт арабского с французским привел к возникновению различных языковых явлений: заимствованиям, смене языкового кода, семантическим преобразованиям, культурным референциям или другим более сложным явлениям. Речь двуязычных носителей языка дает множество примеров. В контакте с арабским языком французский язык вынужден изменяться, развиваться путем этих «пробелов», отражающих тунисские реалии, которые французский язык не может описать самостоятельно. Так, при изучении нового языка может возникнуть трудность в том, чтобы по-другому организовать ранее приобретенные знания в новой коммуникативной ситуации, например, расположив их в другом порядке или смешав с элементами, не имеющими отношения к изучаемому языку, или семантически чуждыми ему [Kalai, 2021, p. 5].

Развитие местных вариантов французского языка продемонстрировало их плодovitость и динамизм, что особенно актуально для французского языка в Африке. Результаты этого процесса предполагают пересмотр подхода, когда язык рассматривается как явление сплошной конструкции. Кроме того, внедрение в лингвистическую систему факта дифференциации имеет определенные преимущества. Так как языковое разнообразие функционирует, оно составляет единое целое, состоящее из разнообразных подсистем [Baghana, 2020, p. 55].

Африканским вариантам французского языка посвящены исследования многих отечественных [Клоков, 2000; Baghana, 2020; Коч, 2021; Глебова, Багана, 2023; Сагитова, 2023; Фомина, 2023; Михущенко, 2024; Погодаева, 2024; Юсупова, 2024] и зарубежных

исследователей [Benzakour, 2000; Ismayilzada, Irini, 2021; Mabrak, 2022]. Предметом достаточно немногочисленных работ является словарный состав таких вариантов [Сидоров, 2022; Глебова, Коч, 2023; Кирюшин, 2023].

Тунисский вариант французского языка – это разновидность, сильно укоренившаяся в тунисском социокультурном контексте. Его особенности (в частности, лексические) отражают внеязыковую тунисскую или даже магрибскую реальность. Развиваясь в многоязычном языковом ландшафте, тунисский вариант прежде всего обогащается и динамично развивается благодаря заимствованиям из тунисского арабского языка.

Целью данного исследования является анализ характерных особенностей развития словарного состава тунисского варианта французского языка на примере семантического поля «религия».

В рамках исследования предполагается выявить, как культурные, исторические и социальные факторы влияют на заимствование и адаптацию религиозной лексики, а также как эти процессы отражают уникальные аспекты тунисской идентичности. Основные задачи исследования включают анализ источников заимствований и их адаптации в контексте тунисской культуры и общества и выявление социолингвистических аспектов, связанных с использованием религиозной лексики в повседневной речи тунисцев.

Особое внимание уделяется влиянию арабского языка и исламских традиций на формирование религиозной лексики, а также механизмам заимствования и словообразования, которые возникают в результате взаимодействия между языками. Исследование направлено на выявление ключевых элементов изменения значений и устойчивых выражений, которые иллюстрируют уникальные культурные контексты Туниса и способствуют пониманию языковых процессов в свете социокультурных реалий региона.

### **Материалы и методы исследования**

Объектом данного исследования являются характерные особенности развития словарного состава тунисского варианта французского языка. В рамках исследования рассматриваются лексические единицы, связанные с религиозной тематикой, их происхождение, адаптация и использование в контексте тунисской культуры и общества.

Для достижения поставленных целей в исследовании используется метод лексикографического анализа, включающий систематический сбор и анализ лексических единиц, относящихся к семантическому полю «религия», и метод сравнительного анализа, позволяющего выявить особенности заимствования и адаптации лексики.

### **Результаты и их обсуждение**

Использование чужого языка сопровождается усвоением реалий разного характера и тематической принадлежности, в том числе и религии, свойственных носителям исходного языка [Волошина, 2018, с. 121]. Нормы чужой культуры плавно усваиваются языком-реципиентом или местным вариантом языка, образованным в результате попадания в новую среду. Тунисский вариант французского языка (так называемый тунисский французский) действительно претерпевает семантические изменения, многие из которых связаны с влиянием ислама и местной культуры. Эти изменения могут проявляться в разных аспектах языка.

Особое влияние религиозного контекста на тунисский вариант французского языка объясняется в том числе тем фактом, что даже во времена французской колонизации стран северной Африки французский язык, являясь инструментом европеизации местного населения, насаждался и вытеснял местный арабский язык во всех сферах жизнедеятельности общества, кроме религии [Куксова, 2018, с. 48]. Так, местный тунисский вариант французского языка все глубже ассимилировался в чужеродную среду и сформировал характерные особенности в этих колониях.



Религиозные практики и обычаи влияют на использование французского языка в Тунисе, и многие фразы могут носить культурные и религиозные отсылки. Так, в разговоре могут упоминаться исламистские концепции или термины, которые могут не иметь аналогов в центрально-французской норме языка. Например, традиционное арабское приветствие *assalam alaïkout* – букв. «да пребудет с Вами мир» является эквивалентом и заменяет в речи тунисцев фр. *salut* – «здравствуйте». *À cet instant, Alain s'arrêta de bouger l'index, ensuite, tournant la tête à droite, murmura: "Assalamou Alaïkoun"* [Naffati, 2004, p. 134]. – В этот момент Ален перестал двигать указательным пальцем, а затем, повернув голову вправо, пробормотал: «**Ас-салямю Алейкум**».

Перенос значения часто встречается в речи двуязычных тунисцев. Так, в тунисском варианте французского языка лексема *Dieu* – «Бог» заменяется на *Allahou* или *Allah* – «Аллах». Бог у мусульман действительно один, и это Аллах – это причина некоторых переносов в тунисском варианте французского языка. *Nous attendons tout d'abord el adhen, Allahou Akbar, et après, nous asseyons près de la table* [Naffati, 2004, p. 121]. – Сначала мы ждем азан, **Аллах** – Велик, а затем садимся за стол.

Некоторые слова могут приобретать новые значения в зависимости от религиозного контекста. Некоторые слова или фразы, которые традиционно использовались в светском контексте, могут приобретать религиозный оттенок, особенно в контексте обсуждения моральных норм и ценностей. Например, глагол *dévoiler* во французском языке имеет значение «разоблачать», «обнаруживать», а в Тунисе эта лексема означает снять или не носить сафсери (традиционное женское покрывало). *J'ai demandé à ma mère de se dévoiler. Elle a dit: je serais alors toute nue. Je n'ai pas insisté* [Naffati, 2004, p. 197]. – Я попросил маму **снять сафсери**. Она сказала, что будет чувствовать себя голой. Я не стал настаивать.

Культурные референции при изучении дискурса напрямую связаны с явлением заимствования. Заимствование является широким источником для пополнения словарного состава в семантическом поле «религия». Французский язык, лишенный влияния на арабский, перенимает в своем тунисском варианте множество номинаций, обозначающих реалии, чуждые как для метрополии, так и для христианства. Например, большое количество заимствований в тунисском варианте французского языка связано с названиями традиционных мусульманских праздников. Так, в Тунисе отмечают *achoura* или *asura* (Ашпура) – торжественный праздник, посвященный трагической гибели Сидны Эль-Хусейна (внука Пророка) в битве при Кербале в 670 году н.э. *Il a refusé, à l'occasion de la fête de l'Achoura, de recevoir quiconque et de faire les visites pieuses traditionnelles* [Naffati, 2004, p. 120]. – По случаю праздника **Ашпура** он отказывался принимать кого-либо и совершать традиционные благочестивые визиты.

*Kharja* означает шествие, религиозный праздник в честь святых; данная лексема служит названием для традиционного праздника в Тунисе. *Pas moins de 70.000 visiteurs se sont déplacés à Sidi Ali Hattab pour assister à la "kharja"* [Naffati, 2004, p. 287]. – Не менее 70 000 посетителей пришли в Сиди Али Хаттаб, чтобы посетить «**харджу**».

В тунисском варианте французского языка заимствуются и реалии местной мифологии и исламского учения. От араб. *un djinn* – невидимая, но существующая параллельно с людьми сущность, букв. «джинн». *Le patriarche qui parla aux Djinns et qui s'entretint avec eux dans le désert pendant quarante jours et quarante nuits* [Naffati, 2004, p. 201]. – **Праотец**, который говорил с **джиннами** и беседовал с ними в пустыне сорок дней и сорок ночей.

Некоторые слова могут подвергаться семантическим преобразованиям в зависимости от религиозного контекста. К некоторым из них относится калькирование, с помощью которого тунисский вариант французского языка активно и последовательно пополняется новыми словами и выражениями. Например, религиозный символ и амулет в исламе хамса или «рука Фатимы» в тунисский вариант французского языка пришло в виде как прямого заимствования – *une khomsa*, так и кальки *main de Fatma*. *D'ailleurs ce cinquième anniversaire a été placé sous le signe de la main de Fatma (khomsa) et a profité aussi bien aux résidents*

*qu'aux visiteurs du prestigieux hôtel* [Naffati, 2004, p. 307]. – К тому же, пятая годовщина отмечалась под знаком **руки Фатимы (хамса)** и стала приятным событием как для местных жителей, так и для гостей престижного отеля.

Религиозные праздники, почитаемые в Тунисе, не только пополняют состав заимствований в тунисском варианте французского языка, но и являются неиссякаемым источником для пополнения словарного состава языковыми кальками. Например, *Fête du sacrifice*, букв. «праздник жертвоприношения» (от араб. Aïd al-Adha), что также подразумевает один из главных праздников всех мусульман – Курбан-байрам. ...*la solidarité est passée, à l'occasion de la Fête du sacrifice, à la vitesse supérieure* [Naffati, 2004, p. 217]. – ...во время **Праздника жертвоприношения** солидарность резко возросла.

Еще один немаловажный праздник – *Nuit du Destin*, букв. «Ночь предопределения», подразумевающий *Laylat al-Qadr* (араб.) – Ночь аль-Кадр – ночь на двадцать седьмой день месяца Рамадан, соответствующая годовщине ниспослания Корана Мухаммеду ангелом Гавриилом. В данном случае мы наблюдаем аналогичное заимствование двумя способами – транслитерация и калькирование. *Par ailleurs à l'occasion de la célébration du 27<sup>e</sup> jour de Ramadan (la Nuit du Destin), les services de chirurgie des hôpitaux régionaux, requis pour la bonne cause: circoncision de 191 enfants pauvres* [Naffati, 2004, p. 344]. – Кроме того, в честь 27-го дня Рамадана (**Ночь предопределения**) хирургические отделения региональных больниц были призваны сделать обрезание 191 ребенку из бедных семей ради благого дела.

Носители тунисского варианта французского языка, используя его в речи повседневного общения и постоянно сталкиваясь с ситуациями межъязыкового контакта образуют в речи новые лексемы. Одним из способов словообразования в этом случае может быть словосложение. Например, традиционную мусульманскую школу в Тунисе называют *école coranique*, букв. «школа Корана». *Il fréquenta d'abord l'école coranique où il apprit à lire et à écrire..., puis entra à l'école primaire et se distingua bientôt parmi ses petits camarades par son habileté à jouer du "fhal" [petite flûte rudimentaire] pendant les récréations* [Naffati, 2004, p. 206]. – Сначала он посещал **мусульманскую школу**, где научился читать и писать... затем поступил в начальную школу и вскоре отличился среди своих маленьких друзей умением играть на «фхале» [маленькая простейшая флейта] на переменах.

### Заключение

Таким образом, влияние религии на тунисский вариант французского языка проявляется через лексические изменения, адаптацию значений, культурные отсылки и изменение контекста употребления языка. Эти изменения делают тунисский французский уникальным и отражают богатую культурную идентичность региона. Необходимо четко понимать многочисленные проблемы, в частности социальные факторы, лежащие в основе языковой вариативности. Сосуществование французского языка наряду с арабским оказывает огромное влияние на его собственное функционирование. Данное исследование направлено на углубление понимания лексической динамики тунисского варианта французского языка и его связи с культурными и социальными реалиями, что имеет значительное значение для лингвокультурологии и социолингвистики.

### Список литературы

- Волошина Т.Г. 2018. Коммуникативная среда и лингвокультурологические состояния. Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика, 8 (4(29)): 120–125.
- Глебова Я.А., Коч К.И. 2023. Лексико-семантическая специфика терминов родства в лингвокультуре Западной Африки. *Русский лингвистический бюллетень*, 3(39): 1–4. DOI: [10.18454/RULB.2023.39.12](https://doi.org/10.18454/RULB.2023.39.12)
- Глебова Я.А. 2023. Эвфемизация в территориальных вариантах французского языка стран Западной Африки. Актуальные проблемы гуманитарных и общественных наук : сборник статей



- IX Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 20–21 сентября 2023 года. Под научной редакцией В.И. Первушкина, П.А. Гагаева, А.Б. Тугарова [и др.]. Пенза, Пензенский государственный аграрный университет, С. 40–44.
- Кирюшин Е.И. 2023. Особенности процесса заимствования иноязычной лексики во франкофонных странах Африки. Язык и действительность. Научные чтения на кафедре романских языков им. В.Г. Гака: Сборник статей по итогам VIII международной конференции, Москва, 20–24 марта 2023 года. Москва, Спутник+. С. 487–492.
- Клоков В.Т. 2000. Французский язык в Африке. Саратов, Изд-во Саратовского ун-та, 282 с.
- Коч К.И. 2021. Локальное преобразование французского языка в Демократической Республике Конго в условиях билингвизма. Дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 155 с.
- Куксова Е.Л. 2018. Роль и место французского языка в странах Магриба. Наука России: Цели и задачи: сборник научных трудов по материалам XI международной научной конференции, Екатеринбург, 10 октября 2018 года. Международная Объединенная Академия Наук. Часть 1. Екатеринбург: НИЦ «Л-Журнал». С. 47–49.
- Михущенко А.Д. 2024. Французский язык в Марокко: распространение и статус. Наука и общество в XXI веке: сборник материалов VII Всероссийского (с международным участием) научно-практического форума, Москва, 16–17 ноября 2023 года. Москва, Военный университет им. князя Александра Невского МО РФ. С. 269–272.
- Погодаева С.А. 2024. Специфика французского языка в Западной и Центральной Африке. *Верхневолжский филологический вестник*, 4(39): 212–223.
- Сагитова Р.Р. 2023. Значение и особенности французского языка в Марокко. *Вестник Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы*, 4(72): 176–179.
- Сидоров А.А. 2022. Семантические трансформации на лексическом уровне французского языка Тропической Африки. *Военно-филологический журнал*, 3: 56–63.
- Фомина А.С. 2023. Специфика африканского варианта французского языка через призму компендиума африканского менталитета. Первые шаги в романистике: сборник материалов международной студенческой научной конференции, Москва, 01–02 декабря 2022 года. Выпуск 3. Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Языки Народов Мира". С. 320–329.
- Юсупова Л.М. 2024. Основные особенности африканского варианта современного французского языка и их социально-исторические предпосылки. Отражения: язык и культура в синхронии и диахронии: сборник научных трудов. В 2-х частях. Петрозаводск: Петрозаводский государственный университет. С. 114–119.
- Baghana J. 2000. The French Language in sub-Saharan Africa: Revisited. *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*, 6(1): 54–64.
- Benzakour F., Gaadi D., Queffélec A. Le français au Maroc. *Lexique et contacts de langues*. Bruxelles: eds. Duculot. 358 p.
- Gadacha A. 1998. Language planning and language conflict: the case of multilingual Tunisia: aspects of status, function and structure of the languages and language varieties used and sociolinguistic implications of the language shift on the new century's eve. In: *Thèse de doctorat dirigée par Juillard, Michel Sciences et techniques du langage*. Nice. Vol. 1. 229 p.
- Ismayilzada A., Irini M. 2021. Analyse de la situation du français en Algérie et en Tunisie. *Annee, Université d'Artois*, 20 p.
- Kalai L. 2021. Le contact des langues en Tunisie: quels enjeux? XVème Congrès Mondial de la Fédération Internationale des Professeurs de Français, Le français langue de partage, Fédération Internationale des Professeurs de Français. Hammamet. 15 p.
- Mabrak S. 2022. Pour une Présentation du Traitement Lexicographique du Français Algérien dans le Dictionnaire Historique de la Langue Française. *Aleph. Langues, médias et sociétés*, 9(1): 293–314.
- Naffati H., Queffélec A. 2004. Le français en Tunisie [Numéro spécial]. *Le Français en Afrique*, 18. 453 p.

## References

- Voloshina T.G. 2018. Kommunikativnaia sreda i lingvokulturologicheskie sostoiianiia [Communicative Environment and Linguistic and Cultural Status]. *Izvestiia Iugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Serii: Lingvistika i pedagogika [Bulletin of the South-West State University. Series: Linguistics and Pedagogy]*, 8(4(29)): 120–125.

- Glebova Ya.A., Koch K.I. 2023. Lexical and Semantic Specificity of Kinship Terms in Linguistic Cultures of West Africa. *Russkii lingvisticheskii biulleten [Russian Linguistic Bulletin]*, 3(39): 1–4 (in Russian). DOI: [10.18454/RULB.2023.39.12](https://doi.org/10.18454/RULB.2023.39.12)
- Glebova Ya.A., Bagana Zh. 2023. Euphemisation in territorial variants of west african French. In: Aktual'nye problemy gumanitarnykh i obshchestvennykh nauk [Current problems of the humanities and social sciences]. Collection of articles of the IX All-Russian Scientific and Practical Conference (Penza, September 20–21, 2023). Eds. V.I. Pervushkin, P.A. Gagaev, A.B. Tugarov, O.V. Yagov, S.M. Vasin. Penza, Publ. Penzenskiy gosudarstvennyy agrarnyy universitet: 40–44.
- Kiriushin E.I. 2023. About Borrowings in French Speaking African Countries. *Iazyk i deistvitelnost [Language and Reality.]*. Nauchnye chteniia na kafedre romanskikh iazykov im. V.G. Gaka: Sbornik statei po itogam VIII mezhdunarodnoi konferentsii, Moscow, 20-24 March 2023. Moscow, Publ. Sputnik+. pp. 487–492.
- Klovov V.T. 2000. French Lanfuaage in Africa. Saratov, Publ. Izd-vo Saratovskogo un-ta, 282 p. (in Russian).
- Koch K.I. 2021. Local transformation of French in the Democratic Republic of the Congo under conditions of bilingualism. Dis. ... cand. Philol. Sciences. Belgorod, 155 p. (in Russian).
- Kuksova E.L. 2018. Rol i mesto frantsuzskogo iazyka v stranakh Magriba [Role and place of the French language in the Maghreb countries]. In: Nauka Rossii: Tseli i zadachi: sbornik nauchnykh trudov po materialam XI mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii, Ekaterinburg, 10 October 2018 [Science of Russia: Goals and objectives: a collection of scientific papers on the materials of the XI International Scientific Conference, Ekaterinburg, October 10, 2018]. Vol. 1, pp. 47–49.
- Mikhushchenko A.D. 2024. French Language in Morocco: Perspectives and Status. In: Nauka i obshchestvo v XXI veke: Sbornik materialov VII Vserossiiskogo (s mezhdunarodnym uchastiem) nauchno-prakticheskogo foruma [Science and society in the XXI century: Collection of materials of the VII All-Russian (with international participation) scientific and practical forum], Moscow, 16–17 November 2023. Moscow, Publ. Voennyi universitet im. kniazia Aleksandra Nevskogo MO RF. pp. 269-272.
- Pogodaeva S.A. 2024. The Specificity of the French Language in Western and Central Africa. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik*, 4(39): 212–223.
- Sagitova R.R. 2023. The Meaning and Features of the French Language in Morocco. *Vestnik Bashkirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. M. Akmully [Vestnik Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla]*, 4(72): 176–179.
- Sidorov A.A. 2022. Semantic Transformations on the Lexical Level of French in Tropical Africa. *Voennofilologicheskii zhurnal*, 3: 56–63 (in Russian).
- Fomina A.S. 2023. Spetsifika afrikanskogo varianta frantsuzskogo iazyka cherez prizmu kompendiuma afrikanskogo mentaliteta [Specificity of the African Variant of the French Language Through the Prism of the Compendium of the African Mentality]. In: Pervye shagi v romanistike: Sbornik Materialov Mezhdunarodnoi Studencheskoi Nauchnoi Konferentsii [First Steps in Roman Languages: Collection of Materials of International Student Scientific Conference], Moscow, 01–02 December 2022. Vol. 3. Moscow, Publ. Iazyki Narodov Mira. pp. 320–329.
- Iusupova L.M. 2024. Osnovnye osobennosti afrikanskogo varianta sovremennogo frantsuzskogo iazyka i ikh sotsialno-istoricheskie predposylki [The Main Features of the African Variant of the Modern French Language and Their Socio-Historical Prerequisites]. In: Otrazheniia: iazyk i kultura v sinkhronii i diakhronii: Sbornik nauchnykh trudov [Reflections: language and culture in synchronicity and diachrony: Collection of scientific works]. Petrozavodsk, Publ. Petrozavodskii gosudarstvennyi universitet, pp. 114–119.
- Baghana J. 2000. The French Language in sub-Saharan Africa: Revisited. Research Result. *Theoretical and Applied Linguistics*, 6(1): 54–64.
- Benzakour F., Gaadi D., Queffélec A. Le français au Maroc. Lexique et contacts de langues. Bruxelles: eds. Duculot. 358 p.
- Gadacha A. 1998. Language planning and language conflict: the case of multilingual Tunisia: aspects of status, function and structure of the languages and language varieties used and sociolinguistic implications of the language shift on the new century's eve. In: Thèse de doctorat dirigée par Juillard, Michel Sciences et techniques du langage. Nice. Vol. 1. 229 p.
- Ismaylzada A., Irini M. 2021. Analyse de la situation du français en Algérie et en Tunisie. Annee, Université d'Artois, 20 p.



- Kalai L. 2021. Le contact des langues en Tunisie: quels enjeux? XVème Congrès Mondial de la Fédération Internationale des Professeurs de Français, Le français langue de partage, Fédération Internationale des Professeurs de Français. Hammamet. 15 p.
- Mabrak S. 2022. Pour une Présentation du Traitement Lexicographique du Français Algérien dans le Dictionnaire Historique de la Langue Française. *Aleph. Langues, médias et sociétés*, 9(1): 293–314.
- Naffati H., Queffélec A. 2004. Le français en Tunisie [Numéro spécial]. *Le Français en Afrique*, 18. 453 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 28.12.2024

Received December 28, 2024

Поступила после рецензирования 28.02.2025

Revised February 28, 2025

Принята к публикации 19.03.2025

Accepted March 19, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Школьникова Ольга Юрьевна**, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой романского языкознания, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.

**Olga Y. Shkolnikova**, Doctor of Philology, Professor, head of Romance linguistics Department, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

**Жевлакова Полина Георгиевна**, аспирант кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

**Polina G. Zhevlakova**, Postgraduate Student of the Department of Romance and Germanic Philology and Cross-Cultural Communication, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

**Кривчикова Нэля Леонидовна**, доцент кафедры немецкого и французского языков, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

**Nelja L. Krivchikova**, Associate Professor of the Department of German and French languages, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

УДК 811.111

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-169-183

## Репрезентация положительной оценки в интернет-отзывах студентов о британских университетах

<sup>1</sup> Ковыршина Е.О., <sup>2</sup> Кукшинова Е.Н.

<sup>1</sup> Воронежский государственный технический университет,  
Россия, 394006, г. Воронеж, ул. 20-летия Октября, д. 84

<sup>2</sup> Филиал Ростовского государственного университета путей сообщения в г. Воронеж,  
Россия, 394026, г. Воронеж, ул. Урицкого, д. 75а  
[helen-kow@yandex.ru](mailto:helen-kow@yandex.ru); [elnik-k@mail.ru](mailto:elnik-k@mail.ru)

**Аннотация.** Одним из перспективных направлений современной лингвистики является исследование жанровой и аксиологической специфики разного рода интернет-отзывов. К числу наименее изученных относятся интернет-отзывы, содержащие положительные оценочные суждения студентов об обучении в университете, играющие важную роль в создании положительного имиджа учебного заведения. Цель исследования состоит в выявлении особенностей выражения положительной оценки в текстах интернет-отзывов о британских университетах. Исследование проводилось в рамках функционально-семантического и функционально-прагматического подходов. В результате исследования описаны различные средства выражения положительной оценки, типы оценочных значений, используемые при характеристике различных аспектов обучения в университете; установлена частотность оценок разного типа и ценностные критерии, лежащие в их основе; рассмотрены основные средства интенсификации оценки. Полученные результаты позволяют расширить существующие представления о специфике выражения оценки в речевом жанре интернет-отзыва, относящегося к сфере образования.

**Ключевые слова:** речевой жанр, интернет-отзыв, средства выражения положительной оценки, общеоценочное значение, частнооценочное значение, интенсификация оценки

**Для цитирования:** Ковыршина Е.О., Кукшинова Е.Н. 2025. Репрезентация положительной оценки в интернет-отзывах студентов о британских университетах. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 169–183. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-169-183

---

## Representation of Positive Evaluation in Online Student Reviews of British Universities

<sup>1</sup> Elena O. Kovyrshina, <sup>2</sup> Elena N. Kukshinova

<sup>1</sup> Voronezh State Technical University,  
84 Twentieth anniversary of October St, Voronezh 394006, Russia

<sup>2</sup> Voronezh Branch of Rostov State Transport University,  
75a Uritskogo St, Voronezh 394026, Russia  
[helen-kow@yandex.ru](mailto:helen-kow@yandex.ru); [elnik-k@mail.ru](mailto:elnik-k@mail.ru)

**Abstract.** The study of genre and axiological specifics of various kinds of online reviews is among the promising directions in modern linguistics. The least studied types of reviews include online reviews containing positive value judgments of students about studying at a university, which play an important role in creating a positive image of the educational institution. The purpose of this study is to identify the specific characteristics of expressing positive evaluation in the texts of online reviews of British universities. As a result of the study, it is found that the main means of expressing positive evaluation in



the reviews are lexical units containing a positive evaluative seme in their semantic structure. The most common types of evaluative meanings realized in student reviews are specific evaluations mostly represented with utilitarian evaluations. These evaluation types are based on criteria such as convenience, psychological comfort and active extracurricular activities, which are of the greatest value to British students. General evaluative meanings are less frequent than specific ones, but their share in the total volume of practical material is quite high. General evaluative meanings to a greater extent than specific evaluation types realize the author's intention of making a recommendation on the choice of a university and encouraging the reader of the review to follow this recommendation.

**Keywords:** speech genre of online university reviews, means of expressing positive evaluation, general evaluation, specific evaluation, intensification of evaluation

**For citation:** Kovyryshina E.O., Kukshinova E.N. 2025. Representation of Positive Evaluation in Online Student Reviews of British Universities. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 169–183 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-169-183

## Введение

В современной лингвистике все более популярными становятся исследования, посвященные жанровой специфике разного рода интернет-отзывов. В фокус внимания лингвистов попадают коммуникативно-прагматические [Былина, 2021], лингвосемiotические [Погорелова, 2017] и аксиологические [Водяницкая, 2021] аспекты изучения данного речевого жанра. В качестве объектов изучения выступают тексты отзывов о различных товарах и услугах [Wang, Karimi, 2018; Бирр-Цуркан, 2020], туристических поездках, отелях и ресторанах [Терских, 2014; Chik, Vásquez, 2017; Кожухова, Кисенко, 2022], организациях и работе узких специалистов [Анисимова, 2021; Водяницкая, 2021; Анисимова, 2023; Иссерс, 2023].

Повышенный интерес к лингвистическим исследованиям речевого жанра интернет-отзыва обусловлен рядом причин. Во-первых, на сегодняшний день интернет-отзыв является востребованным жанром интернет-коммуникации, «одним из неотъемлемых компонентов социального взаимодействия» [Иссерс, 2023, с. 376] в сетевом общении. Исследование специфических характеристик рассматриваемого речевого жанра позволяет получить представление об особенностях использования языка в современной онлайн-коммуникации. Во-вторых, в основе любого отзыва лежит оценка, с помощью которой автор отзыва выражает свое отношение к описываемому объекту. Оценка является главным способом отражения системы ценностей человека в языке. Поэтому, изучая средства выражения оценки, объективированной непосредственными потребителями товаров или услуг в какой-либо сфере, мы узнаем о ценностных ориентациях общества, характерных для данной среды. При этом не все разновидности интернет-отзывов получили одинаково полное освещение в лингвистике, что вызывает необходимость дальнейшего изучения данного речевого жанра. К числу наименее изученных разновидностей интернет-отзывов можно отнести отзывы, относящиеся к сфере образования.

Как показал анализ специальной литературы, лингвистические исследования интернет-отзывов, принадлежащих к обсуждаемой тематической области, немногочисленны. Они представлены несколькими публикациями, в которых проводится аксиологический анализ текстов отзывов на материале английского или/и русского языков. Так, в статье А.А. Водяницкой [2021] рассматриваются структурно-содержательные особенности отзывов студентов о преподавателях, анализируются средства выражения частнооценочных и общеоценочных значений. А.Т. Анисимова в своих работах проводит сравнительный анализ студенческих отзывов о преподавателях в русской и американской культуре: описывает стратегии экспликации оценки и речежанровые формы оценочных текстов [Анисимова, 2021], анализирует средства увеличения и снижения категоричности оценки [Анисимова, 2023].

Таким образом, внимание исследователей сосредоточено в основном на жанровой и аксиологической специфике студенческих отзывов о преподавателях. Языковая репрезентация оценки, связанная с другими аспектами процесса обучения в университете, на сегодняшний день является мало разработанной и поэтому требующей более глубокого анализа областью исследования.

В связи с этим цель исследования – выявить языковые особенности выражения оценки в текстах студенческих отзывов об обучении в университете.

### **Материалы и методы исследования**

Объектом данного исследования являются языковые средства выражения положительной оценки, зафиксированные в текстах отзывов об университетах Великобритании. Обращение к оценке положительного характера обусловлено тем, что в подавляющей части рассматриваемых отзывов деятельность университета оценивается студентами положительно.

Для достижения цели исследования применялся ряд методов: описательный использовавшийся при классификации, интерпретации и обобщении языкового материала; лексико-семантического и контекстуального анализа, посредством которых выявлялись оценочные значения в текстах отзывов; количественного анализа, с помощью которого устанавливалась частотность различных средств выражения оценки и типов оценочных значений.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют публикации отечественных и зарубежных лингвистов Е.И. Горошко, О.С. Иссерс, М.В. Терских, М. Табоада и др., в которых рассматривается специфика речевого жанра интернет-отзыва, а также исследования в области языковой категории оценки и средств выражения оценочной семантики, которые принадлежат таким авторам, как Е.М. Вольф, Н.Д. Арутюнова, В.Н. Телия, Г. Томпсон и мн. др.

Материалом исследования послужили тексты отзывов о трех университетах Великобритании за 2024 год: университете г. Лафборо, университете г. Шеффилд и университете г. Лидс. В качестве источника для отбора материала использовалась студенческая интернет-платформа <https://www.studentcrowd.com>, на которой отражается актуальная информация обо всех университетах Великобритании: их инфраструктуре, программах обучения и других аспектах университетской жизни студентов. Отзывы о названных университетах выбраны для лингвистического анализа, поскольку они насчитывают наибольшее количество единиц в сравнении с отзывами о других университетах, представленных на этом сайте. Общее количество отзывов о данных учебных заведениях составляет около 8 тысяч, более 840 из них – за 2024 год. Отбор примеров для анализа производился методом направленной выборки, которая осуществлялась по критерию характера оценки, в результате чего из 840 отзывов за 2024 год отобрано 800 текстов, содержащих различные средства выражения положительной оценки.

Перевод примеров на русский язык выполнен авторами статьи. Грамматические и пунктуационные особенности текстов отзывов сохранены.

### **Результаты и их обсуждение**

Оценка является сложной и многоаспектной категорией, не получившей общепризнанного понимания в лингвистике. При существующем множестве определений и точек зрения на оценку во многих лингвистических работах, посвященных данной категории, признается, что оценка выражает ценностное отношение субъекта к объекту и связана с аксиологической категорией ценности [Маркелова, 1993; Азылбекова, 2017; Якушина, 2003; Вольф, 2006 и др.]. В качестве субъекта оценки выступает лицо или социум,



с точки зрения которого даётся оценка. Под объектом оценки понимается лицо, предмет, событие или положение вещей, к которым оценка относится [Вольф, 2006, с. 11]. Оценочное отношение, которое связывает между собой субъект и объект оценки, представляет собой оценочный предикат.

Оценка имеет прагматический характер, считаясь «наиболее ярким представителем прагматического значения» – такого значения, которое слово или высказывание приобретает в ситуации речи [Арутюнова, 1988; Маркелова, 1993] и которое должно быть определенным образом интерпретировано адресатом сообщения. Формирование и интерпретация подобных значений обусловлены множеством различных факторов, к числу которых относятся локальные и темпоральные параметры коммуникации, личный опыт участников общения, коммуникативная цель высказывания [Арутюнова, 1988, с. 6; Маркелова, 1993, с. 17]. В зависимости от этих факторов участники коммуникативного процесса могут активизировать оценки разного характера и вида, используя при этом различные средства языка [Телия, 1986, с. 29–30; Арутюнова, 1988, с. 58].

Рассмотрим некоторые коммуникативно значимые факторы, лежащие в основе формирования оценки в интернет-отзывах об университете.

Как представляется, ключевым фактором, влияющим на характер выражения оценки в анализируемых интернет-отзывах, является виртуальная среда общения, для которой, по словам О.С. Иссерс, свойственны такие особенности, как публичность коммуникации, массовая аудитория, установка на активную обратную связь (лайки, комментарии, переходы, подписки и другие реакции), стертость пространственно-временных границ, относительная анонимность авторов и сложность проверки достоверности сообщений [Иссерс, 2023, с. 380]. В описанных условиях автор отзыва (субъект оценки – студент или выпускник университета) получает возможность рассказать о своем личном опыте и поделиться впечатлением от учебы, реализуя функции самовыражения и общения [Терских, 2014, с. 276]. Но кроме этого, он также получает возможность «влиять на своего адресата, его картину мира, шкалу ценностей, поведенческие реакции» [Иссерс, 2023, с. 377]. В связи с данным обстоятельством коммуникативная цель отзыва, представленного в виртуальной среде, заключается не только в том, чтобы передать читателю актуальную информацию об университете и оценить качество предоставляемых им услуг, но и в том, чтобы порекомендовать данный вуз или предостеречь от поступления в него, сформировав определенное общественное мнение о данном учебном заведении. Эффективным средством реализации данной коммуникативной цели становятся языковые единицы, выражающие оценку, в том числе положительного характера. Языковые средства с положительной семантикой являются важным инструментом создания положительного имиджа университета и привлечения в учебное заведение новых студентов.

Практический анализ позволил выявить ряд аспектов университетской жизни, которые чаще всего выступают объектами положительной оценки в отзывах студентов, представляя для них наибольшую значимость. К ним относятся: 1) университет в целом; 2) студенческий городок: территория, здания, оборудование, условия проживания, обслуживающий персонал; город и местонахождение учебного заведения; 3) внеучебная деятельность студентов; работа студенческих организаций; атмосфера в университете; студенческое сообщество; 4) преподаватели; процесс обучения, программы обучения.

В результате исследования установлено, что положительная оценка данных объектов реализуется в текстах студенческих отзывов с помощью таких средств языка, как оценочные лексемы (85 %); компоненты сложных слов (словосочетаний) с оценочной семантикой (3,5 %); синтаксические конструкции со средствами отрицания в сочетании с отрицательными оценочными лексемами (1,5 %); квазиоценочные языковые единицы (6 %); стилистические средства (4 %).

При изучении особенностей выражения оценки рассматриваемыми единицами языка необходимо обратить внимание на разные типы оценочных значений, которые они могут репрезентировать.

Н.Д. Арутюнова выделяет два основных типа оценочных значений: общеоценочное и частнооценочное [Арутюнова, 1988, с. 75]. В реализации первого участвуют прилагательные «хороший» и «плохой», а также их синонимы с разными стилистическими и экспрессивными оттенками. Такие лексемы выражают общую оценку, своеобразный аксиологический итог [Арутюнова, 1988, с. 75], основанный на мнении субъекта оценки о ценности ее объекта. Семантическая особенность лексем с общеоценочным значением состоит в том, что они не раскрывают дескриптивных свойств оцениваемого объекта, а лишь обозначают оценочное отношение субъекта к нему и, таким образом, обладают небольшой информативностью и высокой степенью субъективности [Арутюнова 1988; Вольф, 2006]. При реализации частнооценочного значения оценка дается одной из сторон объекта с определённой точки зрения [Арутюнова, 1988, с. 75]. Особенность семантики слов с частнооценочным значением заключается в том, что в них собственно оценочные смыслы совмещаются с дескриптивными, основанными на свойствах самих объектов оценки [Вольф, 2006, с. 29]. Благодаря этой особенности частнооценочные лексемы отличаются более высокой информативностью и объективностью. В зависимости от характера основания оценки частнооценочные значения подразделяются на 3 группы: сенсорные оценки, связанные с ощущениями, чувственным опытом (физическим и психическим); сублимированные оценки, связанные с удовлетворением чувства прекрасного и нравственного чувства; рационалистические оценки, связанные с практической деятельностью человека.

Н.Д. Арутюнова, обращая внимание на различия в обще- и частнооценочных значениях, подчеркивает, что «разные виды оценки характеризуются разной пропорцией в соотношении иллокутивной функции и фактической информации» [Арутюнова, 1988, с. 71]. По ее наблюдениям, общеоценочные значения более явственно, чем частнооценочные, выражают сопутствующую высказыванию иллокутивную силу рекомендации или одобрения, оказывая соответствующее воздействие на мнение и последующую реакцию адресата. Необходимо отметить, что и тот, и другой тип оценочных значений широко представлен в студенческих отзывах.

Рассмотрим языковые средства выражения оценки в текстах студенческих отзывов об университете, учитывая обще- и частнооценочные типы значений, которые они реализуют. Основным средством выражения положительной оценки в анализируемых интернет-отзывах являются лексические единицы, в семантической структуре которых содержится положительная оценочная сема. Данные лексемы в своем большинстве относятся к лексико-грамматическому классу прилагательных, реже – глаголов, наречий и существительных.

Общеоценочные значения (43 %), как правило, используются в текстах отзывов при выражении общего впечатления об университете и обучении в нем, общей характеристике студенческого городка и его инфраструктуры. Они реализуются целым рядом общеоценочных прилагательных, таких как *good / хороший, positive / положительный, nice / хороший, great / замечательный, amazing / потрясающий, wonderful / удивительный, excellent / отличный, fantastic / фантастический, brilliant / выдающийся, perfect / идеальный, superb / великолепный*. Отличительная особенность большинства из перечисленных прилагательных состоит в том, что в их значении оценочные компоненты совмещаются с интенсифицирующими. Благодаря этой особенности данные лексические единицы способны выражать высокую степень проявления оценочного признака, тем самым придавая текстам отзывов экспрессивный характер и усиливая эмоциональное воздействие на читателя.



*Everything about the university was **good**. / В университете все было хорошо. An **excellent** university choice overall. / В целом, отличный выбор университета. The campus is **amazing** and has **great** facilities. / Кампус потрясающий и располагает замечательными условиями.*

При выражении общей оценки в текстах отзывов интенсификация позитивных оценочных смыслов часто происходит посредством прилагательных в форме превосходной степени сравнения, которые выражают максимальную степень проявления оценочного признака.

***Perfect, the best** university in the world for sports studies. / Отлично, это лучший университет в мире для изучения спорта. This is genuinely **the best** uni ever! / Это действительно лучший университет в мире! **The best** part of The University of Sheffield are the societies. / Лучшая часть университета в Шеффилде – это студенческие общества. **Best** accommodation hall in Sheffield. / Лучший гостиничный комплекс в Шеффилде.*

Для максимальной интенсификации оценки авторы отзывов прибегают и к другим языковым средствам: глаголам (*excel* / *превосходить*), компонентам сложных слов (словосочетаний) (*top-ranked* / *ведущий*; *top uni* / *ведущий универ*), конструкции с модальным глаголом *could* в отрицательной форме и прилагательным *good* в форме сравнительной степени.

*I also appreciate the university's competitive spirit and drive to **excel** as one of the UK's **top-ranked** schools. / Я также ценю дух соперничества, царящий в университете, и его стремление всех превзойти, став одним из лучших учебных заведений Великобритании. Absolutely love it here, **couldn't** be in a **better** place. / Мне здесь очень нравится, лучшие места не найми.*

Частнооценочные значения (57 %) встречаются в текстах отзывов при описании всех объектов оценки и реализуются в виде всех типов частных оценок: сенсорных, сублимированных и рационалистических.

Самой распространенной в анализируемом материале оказалась группа рационалистических оценок (31 %), включающая утилитарные (21 %), нормативные (8,5 %) и телеологические (1,5 %) типы частнооценочных значений.

Утилитарные оценки выделяются на основании критерия физической или психической пользы для субъекта оценки. В изучаемом материале утилитарной оценке подвергаются инфраструктура (*useful gym room* / *полезный тренажерный зал*) и местоположение (*convenient location* / *удобное расположение*) университета, процесс обучения (*useful workshops* / *полезные семинары*, *useful informative events* / *полезные информативные мероприятия*), работа студенческих организаций и социальная жизнь студентов (*lively student union* / *оживленный студенческий союз*; *vibrant campus life* / *динамичная / жизнь в кампусе*), условия обучения и проживания (*comfy study spaces* / *удобные учебные пространства*; *comfortable room* / *удобная комната*) и их финансовая доступность (*affordable accommodation* / *доступное жилье*).

*Its **convenient** location near the city center means easy access to shops and restaurants. / Его удобное расположение недалеко от центра города обеспечивает легкий доступ к магазинам и ресторанам. There are always informative events going on that are **useful** for my education and career. / Здесь всегда проходят познавательные мероприятия, которые полезны для моего образования и карьеры. Campus life is **vibrant**, with a vast range of student clubs, events, and activities that make it easy to make friends and feel part of the community. / Жизнь в студгородке насыщенная, множество студенческих клубов, событий и мероприятий позволяют легко завести друзей и почувствовать себя частью сообщества.*

Следует отметить, что утилитарные оценочные значения выражаются в текстах отзывов не только частнооценочными прилагательными, но также глаголами и существительными. В семантике этих лексем присутствует компонент значения, указывающий на улучшение качества знаний и умений, приобретенных студентами в

процессе обучения (*enrich / обогащать, improve / улучшать, thrive / преуспевать*), или извлечение пользы, выгоды (*benefit / польза, выгода, cater / стараться угодить, opportunities / возможности*).

*I am pleased to say that my time at Loughborough has been really fun and has made me **improve** in a vast number of ways. / Рад сообщить, что мое пребывание в Лафборо было по-настоящему увлекательным и позволило мне усовершенствоваться во многих отношениях. Lots of **opportunities** for societies and clubs and good careers **opportunities**. / Множество возможностей для участия в различных обществах и клубах, а также хорошие возможности по профориентации.*

Нормативные оценки определяются по степени соответствия качества объекта общепринятым нормам и правилам. Частнооценочные значения данного типа в анализируемом материале характеризуют качество обучения, реализуемого в университете (*creative courses / творческие курсы, rigorous curriculum / точный, скрупулезный учебный план*), уровень квалификации преподавателей (*professional / профессионал, профессиональный, knowledgeable / образованный, грамотный*), качество оснащения университета (*modern equipment / современное оборудование*) и соответствие требованиям безопасности (*safe / безопасный, security / безопасность*).

*Leeds is one of the few Russel groups that actually offer a range of **creative** courses in the School of Design which I love. / Лидс – один из немногих университетов группы Рассела, который предлагает действительно широкий спектр творческих курсов в школе дизайна, которые мне нравятся. The faculty comprises **experienced professionals and academics** who are **passionate** about their fields, providing personalized guidance and fostering a collaborative learning environment. / Профессорско-преподавательский состав состоит из опытных профессионалов и ученых, увлеченных своей областью знаний, которые обеспечивают индивидуальный подход и создают атмосферу совместного обучения.*

Телеологические оценки выделяются на основании критерия достижения определенной цели, выполнения некоторой функции. В студенческих отзывах данный тип частной оценки встречается главным образом при характеристике эффективности работы Интернета на территории университетского городка (*reliable / надежный; strong / стабильный*).

*The internet connection across campus is **reliable**. / Интернет-соединение по всему кампусу надежное.*

На втором месте по репрезентативности в текстах интернет-отзывов находится группа сублимированных оценок (15 %), включающая этические (10 %) и эстетические (5 %) оценки.

Этические оценки эксплицируются посредством частнооценочных лексем, характеризующих положительные человеческие качества преподавателей, обслуживающего персонала и жителей студенческого городка: *patient / терпеливый; responsible / ответственный; helpful / готовый помочь, supportive / оказывающий поддержку, friendly / дружелюбный, kind / добрый, welcoming / доброжелательный, approachable / охотно идущий на встречу, nurturing / заботливый, support / моральная поддержка, помощь*. Этические оценочные значения могут быть реализованы и с помощью общеоценочных лексем, которые в данном контексте приобретают значение частнооценочных: *lovely / прекрасный, nice / приятный, amazing / изумительный, great / замечательный, awesome / потрясающий*.

*The teachers are very **patient** and teach in a good way. / Преподаватели очень терпеливые и хорошо преподают. The staff are all **lovely** and very **helpful**. / Все сотрудники милые и очень услужливые. The receptionists here are really **friendly** and **supportive**. / Администраторы на стойке регистрации очень дружелюбны и готовы оказать*



поддержку. *Very kind and approachable staff who do not hesitate to help and support anyone struggling.* / Очень добрый и охотно идущий на встречу персонал, который без колебаний поможет и поддержит любого, кто испытывает трудности.

В качестве средств выражения эстетической оценки выступают такие частнооценочные лексемы, как *beautiful* / прекрасный, красивый, *tidy* / аккуратный, *neat* / аккуратный, *charming* / очаровательный, *scenic* / живописный. С этой же целью используются и общеоценочные лексемы, реализующие в данном контексте значения частнооценочных: *nice* / милый, *great* / замечательный, *lovely* / красивый, *gorgeous* / великолепный. Объектами эстетической оценки чаще всего становятся территория студгородка, места проживания студентов и город, в котором находится учебное заведение.

*Excellent university with a beautiful campus.* / Отличный университет с красивым кампусом. *The campus is lovely and there are lots of grass pitches and outdoor space that I use a lot over the summer months.* / Кампус чудесный, здесь много газонов и открытых пространств, которые я часто использую в летние месяцы.

Сенсорные оценки, включающие сенсорно-вкусовые (0,5 %), интеллектуальные (0,5 %) и эмоциональные (10 %), в анализируемых интернет-отзывах несколько менее востребованы, чем сублимированные. Лингвисты отмечают, что сенсорные оценки основаны на субъективном восприятии лица, выражающего оценку, и характеризуют в большей мере его ощущения, чем объект оценки и его свойства [Вольф, 2006, с. 23].

Сенсорные оценки в текстах отзывов в основном представлены эмоциональными оценками, которые актуализируются словами разной частеречной принадлежности: глаголами *love* / нравиться, *like* / нравиться, *enjoy* / получать удовольствие, прилагательными *happy* / довольный, *exciting* / волнующий, *enjoyable* / доставляющий удовольствие, *satisfied* / довольный; существительными *fun* / веселье, интерес, *satisfaction* / удовольствие с семантикой субъективно-эмоционального отношения. Объектами эмоциональной оценки выступают университет в целом, атмосфера в студгородке, условия проживания студентов.

*I really like University of Leeds. I love everything here. Everything is great!* / Мне очень нравится университет Лидса. Мне нравится здесь все. Все замечательно! *Campus life is great. Love the atmosphere here.* / Жизнь в студгородке прекрасна. Мне нравится здешняя атмосфера. *So glad to go to this university.* / Очень рад, что поступил в этот университет. *I'm very happy that I chose Study Inn!* / Я очень рад, что выбрал для проживания «Стади Инн»!

В ряде случаев положительная оценка в отзывах студентов эксплицируется через компоненты сложных слов (словосочетаний), такие как *well* и *top*. Обладающие оценочной семантикой, данные компоненты способствуют формированию положительного оценочного значения всего слова (словосочетания).

Языковые единицы с компонентом *well* (*well-maintained* / в хорошем состоянии, *well-managed* / благоустроенный, *well-equipped* / прекрасно оборудованный, *well-kept* / ухоженный, *well(-)looked after* / ухоженный, *well(-)organized* / хорошо организованный) используются как средства оценочной характеристики инфраструктуры университета и организации процесса обучения. С их помощью в текстах студенческих отзывов реализуются нормативные оценки.

*The facilities are very new and well-managed.* / Помещения совершенно новые и благоустроенные. *The lectures were always well organized.* / Лекции всегда были хорошо организованы.

Языковые единицы с компонентом *top* (*top-tier* / высококлассный»; *top-notch* / первоклассный; *top-ranked* / первоклассный, ведущий; *top drawer* / высококлассный, высшего уровня; *top quality* / высочайшего качества; *top uni* / ведущий универ) служат для выражения общей оценочной характеристики университета и частной нормативной оценки его

инфраструктуры. В своем значении данные средства языка содержат интенсифицирующий компонент, указывающий на то, что объект оценки обладает наивысшей степенью качества.

*The facilities are **top-notch**, with awesome libraries, high-tech labs, and incredible sports facilities. / Инфраструктура здесь на высшем уровне: потрясающие библиотеки, высокотехнологичные лаборатории и невероятные спортивные сооружения. Loughborough is definitely one of the **top unis** in the world and I love it so much. / Лафборо, несомненно, один из лучших университетов в мире, и я его очень люблю.*

С целью выражения положительного оценочного значения в отзывах студентов также употребляются синтаксические конструкции, содержащие средства отрицания в сочетании с отрицательными оценочными лексемами: *not bad; nothing bad; not lonely; couldn't fault; not much to complain about.*

*It's **not bad** so far and I have made friends here. / Пока что все неплохо, и я завел здесь друзей. **Couldn't fault** it at all, brill uni. / Не к чему придираться, отличный универ.*

С помощью данных выражений автор указывает на отсутствие каких-либо негативных моментов, связанных с процессом обучения в рассматриваемом учебном заведении, что расценивается им положительно.

Кроме лексики изначально аксиологической семантики, оценочные значения в текстах отзывов реализуются с помощью «квазиоценочных» единиц языка: лексем, словосочетаний или предложений, раскрывающих оценочное значение в данном контексте. Это нейтральные по своей семантике единицы языка, приобретающие оценочный смысл на основании того, что описываемое в них положение вещей в картине мира субъектов расценивается как плохое или хорошее [Вольф, 2006, с. 32]. В условиях положительного оценочного контекста, который свойственен студенческим отзывам, квазиоценочные единицы языка приобретают положительные оценочные значения.

С точки зрения лексико-семантических особенностей в текстах отзывов можно выделить несколько групп квазиоценочных лексем, выражающих оценки с позиции: 1) количества; 2) размера; 3) вовлеченности студентов в социальную жизнь; 4) расстояния, доступности; 5) с других позиций. В основном данные средства языка участвуют в объективации утилитарных оценок.

Первая, наиболее многочисленная, группа квазиоценочных лексических единиц представлена словами разной частеречной принадлежности с семой «неопределенно большое количество»: *many / много; a lot of / много; lots of / много; loads of / множество; tons of / уйма, куча; plenty of / много, вдоволь; abundance / множество, изобилие; range / ряд; selection / набор, выбор; variety / множество, разнообразие; ample / достаточный, обильный; comprehensive / обширный.* Данные лексемы зафиксированы при описании количества студенческих клубов, обществ и проводимых в университете мероприятий, а также объема оказываемой студентам помощи и поддержки.

*There are **lots of** clubs and societies to join and make new connections and socialise. / Есть множество клубов и обществ, в которые можно вступить, завести новые знакомства и пообщаться. Great sport facilities, student union holds good events and there's **plenty of** help from the career service. / Отличные спортивные сооружения, студенческий союз проводит отличные мероприятия, а карьерный центр оказывает большую поддержку.*

Вторая группа представлена качественными прилагательными с семантическим компонентом «размер»: *large / большой, vast / обширный, spacious / просторный, expansive / обширный, big / большой, compact / компактный, huge / громадный.* С помощью данных лексем в основном дается оценочная характеристика территории студенческого городка.

***Big** campus with lots of nice green spaces to study. / Большой кампус с множеством красивых зеленых учебных пространств. Loughborough University is a **vast** campus with many departments and sports facilities all in 520 acres of land. / Университет Лафборо – это огромный кампус со множеством факультетов и спортивных сооружений, расположенный на 520 акрах земли.*



В третью группу входят лексемы, описывающие динамичный образ жизни студентов и интенсивную работу студенческих организаций: *active / активный, engaged / занятый, вовлеченный, buzz / гудеть*.

*The clubs and societies are very active. / Клубы и общества очень активны. University keep us very engaged and involved in activities. / Университет постоянно поддерживает нашу занятость, вовлекая нас в различные мероприятия.*

Четвертую группу составляют слова со значением «расположенный близко»: *close, near, nearby, walkable*.

*Accommodation very close to university! Would definitely recommend students to stay here, especially because of the location. / Проживание в непосредственной близости от университета! Я бы определенно рекомендовал студентам остановиться здесь, особенно из-за расположения. All nice and compact and walkable. / Все красиво, компактно и доступно для пеших прогулок.*

В пятую группу включены качественные прилагательные разной семантики: *easy, fast, green, new, quiet*.

*Wifi is very fast. / Вайфай работает очень быстро. University of Leeds is huge and lush green. / Университет Лидса огромен и утопает в зелени.*

Для выражения положительной оценки в текстах отзывов также используются стилистические средства языка, среди которых основное место занимают идиомы и метафоры. Оценочные смыслы, которые они передают, в большинстве случаев достаточно легко считываются: *a really nice touch / приятное дополнение, приятный, милый штрих; on top / успешный, занявший первое место; top-notch / наивысшего качества, первоклассный; world-class / мирового класса; state-of-the-art / новейший, соответствующий последним достижениям; brand new / совершенно новый, новенький; stand out / выгодно отличаться; great value for money / стоит своих денег; worth it / стоит того; go above and beyond / превзойти себя, делать все возможное и невозможное; full of life / полный жизни; feel at home / чувствовать себя как дома; an ideal place / идеальное место; love with all of one's heart / любить всем своим сердцем; real highlight / настоящая изюминка; warm atmosphere / теплая атмосфера.*

*Sports facilities are second to none. / Спортивные сооружения не имеют себе равных. Great university campus, placed in the heart of the city. / Великолепный университетский городок, расположенный в самом сердце города.*

В некоторых случаях положительные оценочные смыслы, реализуемые с помощью идиоматических выражений и метафор, могут быть не вполне очевидны вне контекста: *big on sth / серьезно заниматься; on hand / имеющийся в распоряжении; never fail / не переставать; give it a go / попробовать что-то новое; no end of things / бесконечно много, масса, уйма; very in place / очень к месту; tight-knit / тесно спаянный; hot pot / плавильный котел; academic journey / научное путешествие.*

*A campus to fall in love with and great facilities all around. / Кампус, в который можно влюбиться, и повсюду великолепные условия. There are many opportunities for you to have a try. Hope time slows down. / У вас есть много возможностей попробовать что-то новое. Надеюсь, время замедлит свой ход.*

Как показал практический анализ, идиоматические и метафорические выражения используются авторами отзывов для оценочной характеристики всех аспектов студенческой жизни. Обладая особой выразительностью и образностью, данные средства языка делают тексты отзывов более экспрессивными и убедительными.

Еще одним важным средством создания экспрессивности в текстах отзывов является интенсификация оценки, в процессе которой происходит усиление признака «хорошо». Такое усиление признака, согласно С.Е. Родионовой, является существенно значимым для говорящего, выдвигаемым им по значимости на первый план [Родионова, 2004, с. 304].

Интенсификация в исследуемом материале может актуализироваться через семантику оценочных слов, в значении которых имплицитно содержится сема интенсивности (*fantastic, top, excel*), уже упоминавшихся ранее. Другим способом интенсификации является использование лексических интенсификаторов – эксплицитных выразителей интенсивности, стилистических повторов и графических интенсифицирующих средств, которые широко представлены в анализируемых интернет-отзывах.

Самыми распространенными лексическими интенсификаторами являются усилительные наречия *very / очень, really / очень, крайне, super / очень* и *so / так, такой*.

*The range of resources is fantastic, and the professors are super knowledgeable and really approachable. / Здесь фантастический выбор ресурсов, а преподаватели высококвалифицированные и очень охотно идут навстречу.*

Весьма многочисленными средствами интенсификации в текстах отзывов являются разнообразные виды повторов: лексический повтор, полисиндетон, эпитофа, обрамление.

*The front desk staff are very, very friendly! / Персонал на стойке регистрации очень, очень дружелюбный! Great place to stay. Great place to enjoy. / Отличное место для отдыха. Отличное место для приятного времяпрепровождения. All good. The staff is so nice. And the location is so convenient. All good. / Все хорошо. Персонал очень приятный. И расположение очень удобное. Все хорошо.*

Среди графических средств усиления оценки зафиксированы мультипликация букв, капитализация, эмодзи и знаки препинания, которые служат для передачи положительных эмоций авторов отзывов.

*loveeee it / обожааааю его. GREAT SUPPORT TEAM, GREAT college / ОТЛИЧНАЯ КОМАНДА ПОДДЕРЖКИ, ОТЛИЧНЫЙ колледж. Love it so much !!!!!!!!!!!!!!! / Я так люблю его!!!!!!!!!!!!!!!!!! I couldn't imagine myself anywhere else :) / Я не могу представить себя где-то еще :).*

Как видно из приведенных выше примеров, включение в текст отзыва различных интенсифицирующих средств повышает его экспрессивность, усиливая воздействие на эмоциональную сферу адресата.

### Заключение

Итак, исследование репрезентации положительной оценки в интернет-отзывах студентов о британских университетах позволило выявить ряд особенностей.

Во-первых, рассматриваемый вид отзыва характеризуется большим разнообразием языковых средств, выражающих положительную оценку. Первичным средством выражения положительной оценки в студенческих отзывах можно считать лексические единицы, в семантической структуре которых содержится положительная оценочная сема (85 %). Вторичными средствами реализации положительной оценки в текстах отзывов служат: 1) квазиоценочные языковые единицы, реализующие положительное оценочное значение в контексте (6 %); 2) стилистические средства языка с положительной оценочной семантикой (4 %), 3) компоненты сложных слов (словосочетаний) с положительной семантикой (3,5 %); 4) синтаксические конструкции со средствами отрицания в сочетании с отрицательными оценочными лексемами (1,5 %).

Во-вторых, в текстах анализируемых отзывов находят отражение различные типы оценочных значений. Наиболее распространенным типом оценок оказались частные оценки (57 %). Самыми востребованными из них являются утилитарные оценки (21 %), связанные с повседневной жизнью студентов. Объектами таких оценок становятся территория и местонахождение университета, условия обучения и проживания, работа студенческих организаций. Критериями для вынесения утилитарных оценок служат удобство, психологический комфорт и организация внеучебной деятельности в университете, которые, судя по данным количественного анализа, представляют наибольшую ценность в британской образовательной среде. Другие виды частных оценок – эмоциональные (10 %),



этические (10 %) и нормативные (8,5 %) – эксплицируются студентами в два раза реже, чем утилитарные. Ценностными критериями, которые лежат в основе данных оценок, являются личные эмоциональные ощущения студентов, характер взаимоотношения между членами университетского сообщества, а также уровень оснащения университета и профессионализм преподавательского состава. Остальные виды частных оценок – эстетические (5 %), телеологические (1,5 %), сенсорно-вкусовые (0,5 %) и интеллектуальные (0,5 %) – в исследуемом материале малорепрезентативны. Общеоценочные значения уступают по частотности частнооценочным, тем не менее их доля в общем объеме практического материала достаточно высока (43 %). Данный вид оценок чаще всего используется при выражении общего впечатления об университете и студенческом городке. Языковые единицы, выражающие общие оценки, характеризуются небольшой информативностью и высокой степенью субъективности, вследствие чего они в большей степени, чем частнооценочные лексемы, реализуют намерение автора порекомендовать оцениваемое учебное заведение и побудить читателя последовать этой рекомендации.

В-третьих, оценки, объективируемые в интернет-отзывах, отличаются высоким уровнем интенсивности, который достигается за счет использования различных средств интенсификации. Наличие в отзывах большого количества интенсифицирующих и стилистических средств придает им высокую экспрессивность и стимулирует положительную эмоциональную реакцию адресата.

Благодаря описанным выше особенностям интернет-отзыв об университете становится мощным средством воздействия на мнение адресата об учебном заведении, эффективным способом привлечения в него новых студентов.

Таким образом, в ходе проведенного исследования нами получен ряд результатов: выявлены и детально описаны средства выражения оценки, свойственные жанру интернет-отзыва об университете, который ранее не подвергался всестороннему лингвистическому анализу; описаны типы оценочных значений, используемые при характеристике различных аспектов обучения в университете; установлена частотность оценок разного вида и ценностные критерии, лежащие в их основе; рассмотрены основные средства интенсификации оценки.

Полученные результаты позволяют расширить существующие представления об аксиологической и жанровой специфике речевого жанра интернет-отзыва, относящегося к сфере образования, и определяют вклад авторов статьи в изучение данной проблемы. Перспективным направлением дальнейшего исследования представляется сравнительный анализ средств выражения оценки положительного и/или отрицательного характера в текстах отзывов, составленных носителями различных лингвокультур.

### Список литературы

- Азылбекова Г.О. 2017. Прагматика оценки. Павлодар, Кереку, 122 с.
- Анисимова А.Т. 2021. Студенческий отзыв о преподавателе как оценочный речевой жанр в российском и американском образовательных дискурсах. *Жанры речи*, 2(30): 109–117. DOI: [10.18500/2311-0740-2021-2-30-109-117](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-2-30-109-117)
- Анисимова А.Т. 2023. Студенческая оценка преподавателя: лингвоаксиологический аспект. *Преподаватель XXI век*, 2–2: 421–433. DOI: [10.31862/2073-9613-2023-2-421-433](https://doi.org/10.31862/2073-9613-2023-2-421-433)
- Арутюнова Н.Д. 1988. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. Под ред. Г.В. Степанова. Москва, Наука, 341 с.
- Бирр-Цуркан Л.Ф. 2020. Средства выражения оценки в отзывах о товаре (на материале немецкого журнала «Test»). В кн.: Культурные индустрии в институтах общества потребления. Материалы Всероссийской научной конференции (Великий Новгород, 07–08 апреля 2020 г.). Под ред. С.А. Маленко, А.Г. Некита. Великий Новгород, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого: 6–15. DOI: [10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.01](https://doi.org/10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.01)

- Былина Е.Э. 2021. Коммуникативно-прагматические аспекты жанра интернет-отзыва. *Балтийский гуманитарный журнал*, 10–4(37): 210–215. DOI: [10.26140/bgз3-2021-1004-0050](https://doi.org/10.26140/bgз3-2021-1004-0050)
- Водяницкая А.А. 2021. Лингвоаксиологические аспекты отзыва студента как жанра академического дискурса. *Теоретическая и прикладная лингвистика*, 7(2): 25–34. DOI: [10.22250/2410-7190\\_2021\\_7\\_2\\_25\\_34](https://doi.org/10.22250/2410-7190_2021_7_2_25_34)
- Вольф Е.М. 2006. Функциональная семантика оценки. Москва, КомКнига, 280 с.
- Горошко Е.И. 2012. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры. В кн.: Агаюлова С.И., Галичкина Е.Н., Горошко Е.И. [и др.]. Интернет-коммуникация как новая речевая формация. Под ред. Т.Н. Колокольцевой, О.В. Лутовиновой. Москва, Флинта, Наука: 9–52.
- Иссерс О.С. 2023. Речевой жанр отзыва потребителя и его трансформация в цифровую эпоху (на материале отзывов о докторах). *Жанры речи*, 18–4(40): 375–385. DOI: [10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385)
- Кожухова И.В., Кисенко А. 2022. Отзыв туриста об отеле: статусность и аксиологическая оценка. *Мир науки, культуры, образования*, 6(97): 616–617. DOI: [10.24412/1991-5497-2022-697-616-618](https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-697-616-618)
- Маркелова Т.В. 1993. Семантика оценки и средства ее выражения в русском языке. Москва, Изд-во МПУ, 125 с.
- Погорелова И.В. 2017. Лингвосомиотический аспект интернет-отзыва. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 10–3(76): 149–152.
- Родионова С.Е. 2004. Интенсивность и ее место в ряду других семантических категорий. *Славянский вестник*, 2: 300–313.
- Телия В.Н. 1986. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. Под ред. А.А. Уфимцевой. Москва, Наука, 141 с.
- Терских М.В. 2014. Жанр интернет-отзыва в туристическом дискурсе (маркетинговый потенциал). *Политическая лингвистика*, 4(50): 274–283.
- Якушина Р.М. 2003. Динамические параметры оценки: на материале современного английского языка. Дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 179 с.
- Chik A., Vásquez C. 2017. A comparative multimodal analysis of restaurant reviews from two geographical contexts. *Visual Communication*, 16(1): 3–26. DOI: [10.1177/1470357216634005](https://doi.org/10.1177/1470357216634005)
- Evaluation in context. 2014. Eds. G. Thompson, L. Alba-Juez. Amsterdam and Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 418 p.
- Taboada M. 2011. Stages in an online review genre. *Text & Talk - An Interdisciplinary Journal of Language, Discourse & Communication Studies*, 31: 247–269. DOI: [10.1515/text.2011.011](https://doi.org/10.1515/text.2011.011)
- Wang F., Karimi S. 2018. Linguistic Style and Online Review Helpfulness. In: Thirty Eighth International Conference on Information Systems (South Korea, December 10–14, 2017). University of Liverpool. URL: <https://livrepository.liverpool.ac.uk/3014449/1/Wang%20and%20Karimi%20ICIS.pdf> (accessed: December 22, 2024).

## References

- Azylbekova G.O. 2017. Pragmatika otsenki [The Pragmatics of Evaluation]. Pavlodar, Publ. Kereku, 122 p.
- Anisimova A.T. 2021. Student comments on a professor's rating as an evaluating speech genre in Russian and American educational discourse. *Speech Genres*, 2(30): 109–117 (in Russian). DOI: [10.18500/2311-0740-2021-2-30-109-117](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-2-30-109-117)
- Anisimova A.T. 2023. Students Evaluation of Faculty: Linguistic and Axiological Perspective. *Prepodavatel XXI vek. Russian Journal of Education*, 2–2: 421–433 (in Russian). DOI: [10.31862/2073-9613-2023-2-421-433](https://doi.org/10.31862/2073-9613-2023-2-421-433)
- Arutyunova N.D. 1988. Tipy yazykovykh znachenii: Otsenka. Sobytie. Fakt [Types of linguistic meanings: Evaluation. Event. Fact]. Ed. G.V. Stepanov. Moscow, Publ. Nauka, 341 p.
- Birr-Tsurkan L.F. 2020. Ways of Expressing Evaluation in Product Reviews (Based on “Test” Magazine, Germany). In: *Kul'turnye industrii v institutakh obshchestva potrebleniya [Cultural Industries in Consumer Society Institutions]*. Proceedings of the All-Russian Scientific Conference (Veliky Novgorod, April 7–8, 2020). Eds. S.A. Malenko, A.G. Nekita. Veliky Novgorod, Publ. Novgorodskii



- gosudarstvennyi universitet imeni Yaroslava Mudrogo: 6–15. DOI: [10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.01](https://doi.org/10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.01)
- Bylina E.E. 2021. Communicative-Pragmatic Aspects of the Genre of Internet Reviews. *Baltic Humanitarian Journal*, 10–4(37): 210–215 (in Russian). DOI: [10.26140/bgz3-2021-1004-0050](https://doi.org/10.26140/bgz3-2021-1004-0050)
- Vodyanitskaya A.A. 2021. Linguistic and axiological aspects of a student's review as a genre of academic discourse. *Theoretical and Applied Linguistics*, 7(2), 25–34 (in Russian). DOI: [10.22250/2410-7190\\_2021\\_7\\_2\\_25\\_34](https://doi.org/10.22250/2410-7190_2021_7_2_25_34)
- Vol'f E.M. 2006. *Funktsional'naya semantika otsenki* [Functional semantics of evaluation]. Moscow, Publ. KomKniga, 280 p.
- Goroshko E.I. 2012. *Sovremennaya internet-kommunikatsiya: struktura i osnovnye parametry* [Modern Internet communication: structure and main parameters]. In: Agagyulova S.I., Galichkina E.N., Goroshko E.I. [i dr.]. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya* [Internet communication as a new speech formation]. Ed. T.N. Kolokol'tseva, O.V. Lutovinova. Moscow, Publ. Flinta, Nauka: 9–52.
- Issers O.S. 2023. Speech genre of consumer reviews and its transformation in the digital age (based on reviews of doctors). *Speech Genres*, 18–4(40): 375–385 (in Russian). DOI: [10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385)
- Kozhukhova I.V., Kisenko A. 2022. Hotel Review Made by a Tourist: Status and Axiological Assessment. *The world of science, culture and education*, 6(97): 616–617 (in Russian). DOI: [10.24412/1991-5497-2022-697-616-618](https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-697-616-618)
- Markelova T.V. 1993. *Semantika otsenki i sredstva ee vyrazheniya v russkom yazyke* [Semantics of evaluation and means of its expression in the Russian language]. Moscow, Publ. Izd-vo MPU, 125 p.
- Pogorelova I.V. 2017. Linguo-Semiotic Aspect of Internet-Commentary. *Philological sciences. Issues of theory and practice*, 10(76): 149–152 (in Russian).
- Rodionova S.E. 2004. Intensivnost' i ee mesto v ryadu drugikh semanticheskikh kategorii [Intensity and its place among other semantic categories]. *Slavyanskii vestnik*, 2: 300–313.
- Teliya V.N. 1986. *Konnotativnyi aspekt semantiki nominativnykh edinit* [Connotative aspect of semantics of nominative units]. Ed. A.A. Ufimtseva. Moscow, Publ. 141 p.
- Terskikh M.V. 2014. Internet Comments in Tourist Discourse (Marketing Potential). *Political Linguistics*, 4(50): 274–283 (in Russian).
- Yakushina R.M. 2003. *Dinamicheskie parametry otsenki: na materiale sovremennogo angliiskogo yazyka* [Dynamic parameters of assessment: based on the material of the modern English language]. Dis. ... Cand. Philol. Sciences. Ufa, 179 p.
- Chik A., Vásquez C. 2017. A comparative multimodal analysis of restaurant reviews from two geographical contexts. *Visual Communication*, 16(1): 3–26. DOI: [10.1177/1470357216634005](https://doi.org/10.1177/1470357216634005)
- Evaluation in context. 2014. Eds. G. Thompson, L. Alba-Juez. Amsterdam and Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 418 p.
- Taboada M. 2011. Stages in an online review genre. *Text & Talk - An Interdisciplinary Journal of Language, Discourse & Communication Studies*, 31: 247–269. DOI: [10.1515/text.2011.011](https://doi.org/10.1515/text.2011.011)
- Wang F., Karimi S. 2018. Linguistic Style and Online Review Helpfulness. In: Thirty Eighth International Conference on Information Systems (South Korea, December 10–14, 2017). University of Liverpool. URL: <https://livrepository.liverpool.ac.uk/3014449/1/Wang%20and%20Karimi%20ICIS.pdf> (accessed: December 22, 2024).

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 28.12.2024

Поступила после рецензирования 28.01.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received December 28, 2024

Revised January 28, 2025

Accepted March 10, 2025



### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Ковыршина Елена Олеговна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и технологии перевода, Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж, Россия.

**Кукшинова Елена Николаевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных, естественно-научных и общепрофессиональных дисциплин, филиал Ростовского государственного университета путей сообщения в г. Воронеж, г. Воронеж, Россия.

### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Elena O. Kovyrshina**, Candidate of Philology, Associate Professor of the Foreign Languages and Technology of Translation Department, Voronezh State Technical University, Voronezh, Russia.

**Elena N. Kukshinova**, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Social Sciences and Humanities, Natural Sciences and General Professional Disciplines, Voronezh Branch of Rostov State Transport University, Voronezh, Russia.



УДК 372.881.1

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-184-193

## Герменевтическая составляющая лингвистического образования в цифровую эпоху

Лю Шижао

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
Россия, 119992, г. Москва, Ленинские горы, д. 1

[shiraoliu@gmail.com](mailto:shiraoliu@gmail.com)

**Аннотация.** Качественный перевод в период активизации политических, культурных, научных, деловых контактов становится важным фактором общественной и частной жизни. В связи с этим возрастает значение теоретической базы подготовки студентов-переводчиков. Целью исследования является теоретическая разработка герменевтического аспекта транслатологической подготовки студентов, а также описание практического воплощения герменевтической парадигмы. В работе использованы описательный, структурный, сопоставительный методы исследования, анализ педагогической литературы, метод наблюдения. В результате анализа исследований по истории и теории герменевтики, проблемам педагогики, а также на основе собственного педагогического опыта сформулированы три аспекта герменевтической составляющей лингвистического образования в цифровую эпоху: значимость гуманитарного содержания переводческой деятельности; развитие методов обучения и связанные с этим проблемы; развитие содержания обучения. Изложен алгоритм занятий по курсу «Стилистическое постмашинное редактирование», которые проводятся автором для китайских магистрантов по направлению 45.04.02 в Высшей школе перевода МГУ.

**Ключевые слова:** цифровая эпоха, лингвистическое образование, герменевтика, переводческая герменевтика, цифровой перевод, постмашинное редактирование

**Для цитирования:** Лю Ш. 2025. Герменевтическая составляющая лингвистического образования в цифровую эпоху. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 184–193. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-184-193

---

## Hermeneutic Component of Linguistic Education in the Digital Age

Shirao Liu

Lomonosov Moscow State University  
1 Leninskie Gory, Moscow 119992, Russia

[shiraoliu@gmail.com](mailto:shiraoliu@gmail.com)

**Abstract.** The development of modern linguistic education, in particular, the training of translators, is associated with a number of problems, including not only the development of new technologies, but also the development of a pragmatic attitude to the opportunities that have opened up. Dependence on the "digital" can lead to distortions of information and difficulties in the communication process. A way to solve this problem is to introduce a hermeneutic component into the educational process, which allows strengthening the status of the human factor. The purpose of the article is the theoretical development of the hermeneutic aspect of translational training of students, as well as a description of the practical implementation of hermeneutic paradigm. The need for a deeper theoretical study of the issue of the hermeneutic component of translators' training in the digital age is dictated by the ever-increasing importance of high-quality translation during the period of intensification of political, cultural, scientific, business contacts. The work uses descriptive, structural, comparative research methods, analysis of

pedagogical literature, and the observation method. As a result of the analysis of studies on the history and theory of hermeneutics, problems of pedagogy, as well as on the basis of the author's pedagogical experience, three aspects of the hermeneutic component of linguistic education in the digital age are formulated: the importance of the humanitarian content of translation activities; development of teaching methods and related problems; development of training content. The article presents an algorithm for classes on the course "Stylistic Post-Machine Editing", which are conducted by the author for Chinese master's students in the 45.04.02 field of training at the Higher School of Translation of Moscow State University.

**Keywords:** digital age, linguistic education, hermeneutics, translation hermeneutics, digital translation, post-machine editing

**For citation:** Liu Sh. 2025. Hermeneutic Component of Linguistic Education in the Digital Age. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 184–193 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-184-193

## Введение

Начавшаяся на рубеже тысячелетий цифровая эпоха открыла перед лингвистами дополнительные возможности и поставила новые задачи. Эра тотального господства цифровых технологий, основанных на особых методах кодировки и передачи информации с помощью дискретной кибернетической системы, позволяющей решать множество разноплановых задач за кратчайший промежуток времени [Хангельдиева, 2018, с. 48], не только ввела новые способы поиска, приема и обработки информации. «Технологии AR (augmented reality), т.н. дополненной реальности, VR (virtual reality), т.н. виртуальной реальности, QR (quick response code) т.н. кода быстрого отклика, способствовали изменению онто-гносеологической картины бытия» [Карнаухов, 2023, с. 43].

В сфере образования площадкой использования новых методов и методик стало преподавание иностранных языков [Шарипова, 2023, с. 76]. Возросшая в связи с активизацией реальных и виртуальных контактов потребность в коммуникации придавала особую значимость профессии переводчика, получившего новые инструменты и сервисы. Вместе с тем вторжение цифровых технологий в переводческий процесс имеет и негативные последствия. В статье с многозначительным названием «Интеллект для перевода: искусный или искусственный?» Н.К. Гарбовский и О.И. Костикова [2019, с. 7] называют риски, генерируемые цифровизацией: деградация естественного интеллекта, интеллектуальная зависимость от техники (передача функции памяти разным электронным устройствам), стирание граней между действительностью и иллюзией, формирование неадекватного представления о мире, заимствование ценностей и потребностей из цифровых шаблонов. Избеганию названных рисков, разумному и эффективному использованию цифровых сервисов переводчиками способствует герменевтический подход.

Научным и педагогическим сообществом осознана необходимость и закономерность цифровизации современного лингвистического образования. В монографиях и статьях исследователи обращаются к различным аспектам этого процесса. Ряд проблем общего характера поставлен в коллективной монографии «Высшее образование в цифровую эпоху: лингвистический аспект». И.А. Карнаухов [2023] раскрывает особенности и значение коммуникации в цифровую эпоху; объектом анализа Э.М. Шариповой [2023] является преподавание иностранных языков в цифровом формате, изменение статуса преподавателя; глава монографии, написанная А.В. Пашиной [2023], посвящена нормам цифрового этикета. Различные способы цифровизации образовательного процесса в вузах рассмотрены в статьях Н.К. Гарбовского [2019], Н.К. Гарбовского и О.И. Костиковой [2019], А.В. Васильевой [2020], Н.И. Сперанской [2021]. Герменевтические подходы в лингвистическом образовании анализируются в работах Э.Н. Мишкурова [Мишкуров,



Новикова, 2020], В.Е. Горшковой [2020]. Машинный перевод, его достоинства и недостатки исследуются в материалах Н.К. Гарбовского [2019], Т.В. Середы [2019], А.О. Ушаковой [2022], О.В. Петровой и М.Ю. Родионовой [2023].

Таким образом, актуальность нашего исследования определяется следующими обстоятельствами:

- постоянно возрастающим значением качественного перевода в период активизации политических, культурных, научных, деловых контактов;
- необходимостью более глубокой теоретической проработки вопроса о герменевтической составляющей лингвистического образования в цифровую эпоху;
- потребностью приведения в соответствие с научными достижениями методики преподавания курсов будущим специалистам-переводчикам.

Целью исследования является теоретическая разработка герменевтического аспекта транслатологической подготовки студентов, а также описание практического воплощения герменевтической парадигмы.

В работе использованы описательный, структурный, сопоставительный методы исследования, анализ педагогической литературы, метод наблюдения.

### **Результаты и их обсуждение**

На основании общегерменевтического подхода, особенностей преподавания иностранных языков в цифровую эпоху и личного педагогического опыта нами выделены три аспекта герменевтической составляющей подготовки переводчиков: значимость гуманитарной стороны переводческой деятельности; развитие методов обучения и связанные с этим проблемы; развитие содержания обучения.

#### ***Значимость гуманитарной стороны переводческой деятельности***

1. Овладение навыками переводческой герменевтики представляет собой комплексный процесс, включающий изучение истории герменевтики, переводческой герменевтики и личный транслатологический опыт. Студентов профиля «Теория перевода и межкультурная коммуникация» следует познакомить с периодизацией герменевтической науки и ее терминологическим корпусом, а также предоставить обучающимся проводить собственные герменевтические эксперименты. Излагая студентам историю традиционной герменевтики, необходимо отметить, что в XIX веке вклад в обоснование герменевтики как науки внес немецкий философ Ф. Шлейермахер (1768–1834) [Шлейермахер, 2004]. Ключевая роль в последующем развитии этой науки принадлежит соотечественникам Ф. Шлейермахера В. Дильтею (1833–1911) [Дильтей, 2000] и М. Хайдеггеру (1889–1976) [Хайдеггер, 1997]. В начале 1960-х гг. Х.-Г. Гадамером были разработаны основные положения философской герменевтики, которая, однако, была принята не всеми лингвистами; на традиционных позициях остался, в частности, итальянский ученый Э. Бетти (1890–1968) [Бетти, 2011]. Американский ученый Д. Стайнер (1929–2020) [Стайнер, 2020] явился создателем концепции переводческой герменевтики. Терминология, введенная каждым из ученых, составляет терминологический корпус, который важно усвоить обучающимся. Идея преемственности теорий, непрерывности развития научной мысли может быть прослежена на понимании одного из основных понятий герменевтики – герменевтического круга – Шлейермахером, Дильтеем, Хайдеггером, Гадамером.

Особое внимание должно быть уделено изучению переводческой герменевтики Д. Стайнера как имеющей непосредственное отношение к образовательному процессу переводчиков. В авторском предисловии ко второму изданию книги «После Вавилонского смещения. Вопросы языка и перевода» Д. Стайнер акцентирует междисциплинарный подход к проблеме и роль перевода в коммуникативном процессе: «... "После Вавилонского

смешения" – первый труд, нацеленный на то, чтобы обозреть во взаимосвязи такие различные и разнообразные области, как история литературы и критики, риторика, языкознание и философия языка. До сих пор еще никто не осмелился отвести переводу основополагающую роль в человеческом общении» [Стайнер, 2020, с. 19]. Дж. Стайнер вводит понятие герменевтического хода, то есть извлечения смысла и его присваивающего переноса, включающего четыре шага: изначальное доверие, присвоение, включение, возмещение [Стайнер, 2020, с. 379–523]. Ознакомление с этими понятиями и усвоение их будет полезно студентам как в теоретическом, так и в практическом плане.

### *Развитие методов обучения и связанные с этим проблемы*

2. Герменевтическая составляющая лингвистического образования в цифровую эпоху немыслима без развития методов обучения и формирования четкого представления об их достоинствах, а также связанных с ними проблемах и рисках. Доступность информации в цифровую эпоху намного повысила качество лингвистического образования.

Более глубокому усвоению материала способствует использование мультимедийных возможностей. В этом плане показателен опыт изучения иностранных языков в Китае, который широко известен. Если раньше процесс обучения основывался на штудировании учебников, то сейчас он основан на работе с цифровыми системами лингвистического образования (кит. 数字语言学习系统 / shù zì yǔ yán xué xí xì tǒng), которые содержат познавательные изображения, ролики, аудиозаписи носителей языка, интерактивные игры. Комплексное использование звука, изображения и текста дает максимальный эффект.

Повышению уровня лингвистического образования, безусловно, способствуют имеющиеся в Интернете электронные словари, языковые корпуса и параллельные терминологические базы данных, к которым обращаются как студенты, так и преподаватели. Необходимые для переводчика сведения о культуре, истории, традициях, менталитете народа, с языком которого предстоит работать, также могут быть найдены в Интернете. Особый акцент должен быть сделан на культурологической стороне подготовки переводчиков. Без изучения и понимания творческой биографии автора подлинника, специфики художественного текста, литературного и общегуманитарного контекста эпохи невозможно создать перевод, отвечающий современным требованиям.

Однако стремительный рост количества технологической продукции и онлайн-платформ создает немалые трудности. Среди важнейших проблем, негативно влияющих на лингвистическое образование, – проблемы этического свойства. Как показывает наша педагогическая практика, у студентов может сформироваться зависимость от интернет-сервисов. Даже при запрещении обращаться к машинному переводу обучающиеся сдают на проверку преподавателю работы, представляющие собой отредактированный, а в некоторых случаях и не отредактированный транслят машины.

К числу этических проблем следует отнести и использование студентами информации из ненадежных источников, а также заведомо ложной информации. Если в доцифровую эпоху основные сведения черпались из учебника и в его авторитетности не было сомнений, то современные студенты обращаются, помимо учебников, к материалам, размещенным в Интернете в форме различного рода текстов, достоверность которых не гарантирована. Тем не менее, проверенные интернет-источники крайне ценны. В частности, в Китае таковым является публичный аккаунт (公众号 / gōng zhōng hào / перевод на русский перевод есть; выделен фиолетовым цветом) и канал (视频号 / shì pín hào / перевод на русский перевод есть; выделен фиолетовым цветом) на китайском менеджере-приложении WeChat (微信 / wēi xìn / перевод на русский перевод есть; выделен фиолетовым цветом). Данный аккаунт напоминает блог. Чтобы получить новую информацию, нет необходимости вводить url в браузер: сведения демонстрируются на экране, когда пользователь в системе WeChat отвечает на сообщения.



Мессенджер-приложение WeChat имеет несколько двуязычных аккаунтов. Создатель аккаунта аккумулирует материалы на иностранных языках и осуществляет их перевод на китайский язык, а также загружает видео из зарубежных СМИ и вводит субтитры на китайском языке. Платформа WeChat популярна среди студентов, которые пользуются ей в рамках дополнительного лингвистического образования.

Однако не все аккаунты предоставляют достоверную информацию. Нередки случаи, когда субтитры на китайском языке не связаны по смыслу с аудиороликом на русском языке. Основной причиной возникновения ошибок является недостаточное знание иностранного языка и отсутствие опыта переводческой работы у авторов. Например, в тексте публичного аккаунта русское слово «пересдача» создатели перевели как 刷分 (shuā fēn; сдать экзамен по одному предмету несколько раз с целью повышения оценки). Правильный перевод звучит так: 补考 (bǔ kǎo; повторно сдавать экзамен, который не был принят в первый раз). Определение и классификацию, механизм возникновения и пути предупреждения ошибок дает переводческая эрратология, междисциплинарная наука [Шевнин, 2009, с. 37], освоение которой будущим переводчикам, по нашему мнению, необходимо.

Размещенная в аккаунте информация может иметь заведомо ложный характер. Осваивая иностранный язык методом погружения, студенты зачастую регистрируются в соцсетях страны изучаемого языка, будучи уверенными в получении полного доступа к корректному материалу. Однако эта корректность может оказаться иллюзорной. Авторы опубликованного в 2020 году аналитического доклада «Этика и ‘цифра’: этические проблемы цифровых технологий» назвали в числе данных проблем распространение манипулятивных технологий и информации манипулятивного характера, с которыми сталкивается пользователь<sup>1</sup>. В контексте наших рассуждений таким пользователем является студент.

Предоставляя неограниченные возможности для обучения и развития, цифровая эпоха требует от человека четкого самосознания, способности нести ответственность за собственный выбор.

### *Развитие содержания обучения*

3. Третьим аспектом герменевтической составляющей в лингвистическом образовании является развитие содержания обучения. При подготовке переводчиков следует обратить внимание на понятие цифрового перевода – «это новый вид технологии перевода, представляющий собой систему сетевого взаимодействия переводчика и цифровых информационно-коммуникативных средств, способствующий возрастанию эффективности переводческой деятельности и качества переводческой продукции» [Гарбовский, 2019, с.67]. Учебные программы должны быть уточнены и дополнены введением новых дисциплин, таких как переводческое чтение, домашняя обработка текста для автоматизированного перевода, постмашинное редактирование. Первые две дисциплины связаны с традиционным взаимодействием переводчика и текста, однако в данном контексте являются звеньями цепи, которая завершается постмашинным редактированием. На этом, заключительном, этапе и хотелось бы остановиться.

На сегодняшний день разработан целый ряд превосходных машинных переводчиков (МП), таких как Google Translate, Яндекс переводчик, DeepL Translate, на китайском 有道翻译 (yǒu dào fān yì; Youdao Translate). Процесс перевода с их помощью быстр и удобен, однако тексты перевода, представленные машинами, не всегда отвечают необходимым требованиям и нуждаются в редактировании человеком. В связи с ограниченными возможностями машинного перевода специалисты выделяют три проблемы. «Первая

---

<sup>1</sup> Этика и «цифра»: этические проблемы цифровых технологий. 2020. Аналитический доклад. Центр подготовки руководителей цифровой трансформации Высшей школы государственного управления РАНХиГС. URL: [https://ethics.cdto.ranepa.ru/1\\_1](https://ethics.cdto.ranepa.ru/1_1) (дата обращения: 2.12.2024)

состоит в том, что машина работает со словами и предложениями, а не со смыслом и не с текстом как целостным структурно-семантическим "единством"» [Петрова, Родионова, 2023, с. 57]. Вторая – «неспособность машины вычленив в тексте то, что отражает национальную культуру, менталитет носителей исходного языка» [Петрова, Родионова, 2023, с. 58]. Третья проблема связана с неспособностью машины создать контекст, «складывающийся у человека в процессе чтения текста в результате умозаключений и ассоциаций» [Петрова, Родионова, 2023, с. 57].

Согласно специалистам компании SDL, постредактирование является процессом объединения машинного перевода и навыков опытного специалиста-постредактора для получения перевода высокого качества, готового к публикации. Как правило, постредакторами являются обученные постредактированию лингвисты, которые хорошо представляют себе особенности машинного перевода. Это позволяет им определять, что именно стоит улучшить и/или изменить в результате МП, и улучшать тем самым процесс перевода<sup>1</sup>.

### *Практический опыт герменевтического перевода*

Автор данной статьи имеет опыт преподавания курса «Стилистическое постмашинное редактирование текста» для китайских магистрантов по направлению 45.04.02 в Высшей школе перевода МГУ. Предметом рассмотрения являлись переводы текстов различных видов, отражающих официально-деловую, учебно-научную, бытовую сферы жизни: новостные, официально-деловые (выступления официальных лиц, заявления, объявления, приглашения, письма-благодарности, сопроводительные письма, запросы и ответы на запросы), учебно-научные (аннотации учебников, отдельные абзацы учебников), кулинарные рецепты, тексты городского ландшафта (вывески и указатели).

Работа с текстом включала четыре шага.

Первый шаг. Анализ грамматических и стилистических особенностей исходного текста (на русском языке), имеющий специфические черты для каждого вида текстов: выявление структуры новостных текстов (время-место-событийный глагол-событие), определенных форм глаголов в кулинарных рецептах (глаголы несовершенного вида первого лица множественного числа, инфинитива совершенного вида, глаголы совершенного вида повелительного наклонения), клише в текстах вывесок и указателей.

Второй шаг. Самостоятельный перевод магистрантами с русского на китайский язык.

Третий шаг. Персональный выбор обучающимися машинного переводчика (Google Translate, DeepL, Yandex Translate и др.) и получение варианта текста на китайском языке.

Четвертый шаг. Самостоятельная работа магистрантов по сравнению собственного и машинного переводов, определение достоинств и недостатков машинного перевода.

Далее следует совместная с преподавателем работа по классификации ошибок машинного перевода, которые могут быть разделены на следующие группы:

- 1) неразличение стилевых особенностей оригинала, что приводит к искажению смысла;
- 2) неправильный перевод многозначных слов и словосочетаний;
- 3) нарушение языковых норм китайского языка, несоответствие языковым привычкам носителей данного языка (лексические ошибки, нарушение порядка слов).

Транслатологические эксперименты и групповые работы помогли магистрантам осознать себя переводчиками, ощутить разницу между человеком и машиной в процессе понимания и перевода текстов. В результате обучения, проходившего в течение семестра,

---

<sup>1</sup> Формирование будущего в переводе контента. Введение в машинный перевод и постредактирование. 2016. URL: [https://tradosland.ru/wp-content/uploads/2016/04/SDL\\_eB\\_Shaping-the-future-of-content-translation.pdf](https://tradosland.ru/wp-content/uploads/2016/04/SDL_eB_Shaping-the-future-of-content-translation.pdf) (дата обращения: 4.12.2024)



магистранты укрепили познания в области орфографии, морфологии, синтаксиса, стилистики русского языка; приобрели навыки компаративистского анализа, анализа текста машинного перевода, нахождения, классификации и исправления ошибок машинного перевода; получили возможность применить на практике знания, полученные в результате прохождения курсов теории перевода, общей лингвистики, теории текста.

### Заключение

Герменевтическая составляющая лингвистического образования приобретает особую значимость в цифровую эпоху, так как развитие возможностей машинного перевода сопряжено с возрастанием роли человека, понимающего, истолковывающего и интерпретирующего исходный текст. Герменевтическая составляющая в подготовке лингвистов, в частности, переводчиков, имеет, на наш взгляд, три аспекта: значимость гуманитарного содержания переводческой деятельности, развитие методов обучения и связанные с этим проблемы, развитие содержания обучения.

Формированию представления студентов о переводе как о сложной деятельности в сфере межкультурной коммуникации способствует изучение истории и терминологического корпуса герменевтики. Ознакомив будущих специалистов с основными этапами развития традиционной герменевтики, с понятием философской герменевтики, следует более подробно остановиться на принципах переводческой герменевтики как имеющей непосредственное отношение к образовательному процессу переводчиков. Теоретические знания позволяет студентам более эффективно проводить собственные герменевтические переводческие эксперименты.

Внедрение цифровых технологий в различные сферы деятельности обуславливает необходимость развития методов обучения, в частности, обучения будущих переводчиков. Вместе с тем следует отметить определенные проблемы и риски, связанные с совершенствованием информационного процесса. Мультимедийные возможности расширяют общегуманитарный и транслатологический кругозор студентов, одновременно создавая проблемы, в том числе этического свойства: зависимость от используемых ими сервисов; использование информации из ненадежных источников, а также заведомо ложной информации; зависимость от крайне предвзятых взглядов, которые могут иметь хождение в Интернет-пространстве.

Новые методы обучения требуют развития содержания обучения. В учебную программу вводятся такие дисциплины, как переводческое чтение, домашняя обработка текста для автоматизированного перевода, постмашинное редактирование.

Опыт преподавания курса «Стилистическое постмашинное редактирование текста» для китайских магистрантов по направлению 45.04.02 в Высшей школе перевода МГУ может быть полезен обеим сторонам образовательного процесса: и педагогам, и обучающимся. Использование текстов различных видов способствовало расширению лингвистического и культурологического кругозора магистрантов, освоению принципов анализа каждого вида. Самостоятельный домашний перевод текста предоставил возможность применить знания по теории перевода, общей лингвистике, теории текста. Новыми элементами учебного процесса в данном случае явились персональный выбор машинного переводчика, компаративистский анализ собственного и машинного переводов, выявление и проведенная совместно с преподавателем классификация ошибок.

Произошедший в современной теории и методологии перевода «герменевтический поворот» способствует приближению к гармоничному взаимодействию возможностей машины и человеческого интеллекта.

### Список литературы

- Бетти Э. 2011. Герменевтика как общая методология наук о духе. Пер. с нем. Е.В. Борисова. Москва, Канон+РООИ «Реабилитация», 144 с.
- Васильева А.А. 2020. К вопросу о цифровизации образовательной сферы современного вуза. *Проблемы современного педагогического образования*, 69(1): 114–117.
- Гадамер Х.-Г. 1988. Истина и метод. Основы философской герменевтики. Пер. с нем. Москва, Прогресс, 704 с.
- Гарбовский Н.К. 2019. «Цифровой перевод». Современные реалии и прогнозы. В кн.: Русский язык и культура в зеркале перевода: Материалы IX Международная научная конференция (г. Салоники, Греция, 10–14 апреля 2019 г.). Москва, Издательство Московского университета: 65–72.
- Гарбовский Н.К., Костикова О.И. 2019. Интеллект для перевода: искусный или искусственный? *Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода*, 4: 3–25.
- Горшкова Е.Е. 2020. Дискурс преподавателя перевода в свете портфолио переводчика-герменевтика. В кн.: Педагогический дискурс: качество речи учителя. Материалы II Всероссийской конференции (Москва, 27–29 мая 2020 г.). Под ред. Л.Г. Викуловой. Москва, Московский городской педагогический университет, Языки Народов Мира: 81–84.
- Дильтей В. 2000. Введение в науки о духе. Пер.с нем. А.В. Михайлова. В кн. Собр.соч. в 6 тт. Т 1. Введение в науки о духе. Москва, Дом интеллектуальной книги. с. 270-330.
- Карнаухов И.А. 2023. К вопросу о коммуникации: языковая личность и концептосфера Digital бытия. В кн.: Карнаухов И.А., Ведута О.В., Шарипова Э.М. и др. Высшее образование в цифровую эпоху: лингвистический аспект. Под ред. И.А. Карнаухова. Тюмень, Тюменский индустриальный университет: 43–75.
- Мишкурин Э.Н., Новикова М.Г. 2020. Теория и методология перевода в когнитивно-герменевтическом освещении. Москва, Флинта, 300 с.
- Пашина А.В. 2023. Обучение нормам цифрового этикета студентов неязыкового вуза как одно из средств здоровьесбережения. В кн.: Карнаухов И.А., Ведута О.В., Шарипова Э.М. и др. Высшее образование в цифровую эпоху. Лингвистический аспект. Под ред. И.А. Карнаухова. Тюмень, Тюменский индустриальный университет: 145–171.
- Петрова О.В., Родионова М.Ю. 2023. Машинный перевод как учебно-методический материал на занятиях по переводу. *Военно-филологический журнал*, 4: 56–66.
- Середа П.В. 2019. Работа с машинным переводом при подготовке специалистов узкого профиля. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 12(4): 283–287. DOI: [10.30853/filnauki.2019.4.59](https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.4.59)
- Сперанская Н.И. 2021. Совершенствование лингвистической дидактики на основе цифровизации образов. В кн.: Информационные и графические технологии в профессиональной и научной деятельности. Сборник статей Международной научно-практической конференции (Тюмень, 25–26 октября 2023 г.). Под ред. Л.В. Беловой. Тюмень, Тюменский индустриальный университет: 253–258.
- Стайнер Д. 2020. После Вавилонского смешения. Вопросы языка и перевода. Пер. с англ. В. Фролова. Москва, Московский центр непрерывного математического образования, 645 с.
- Ушакова О.О. 2022. Постредактирование машинного перевода технического текста. *Евразийский гуманитарный журнал*, 3: 69–76.
- Хайдеггер М. 1997. Бытие и время. Пер. с нем. В.В. Библихина. Москва, Ad marginem, 451 с.
- Хангельдиева И.Г. 2018. Цифровая эпоха: возможно ли опережающее образование? *Вестник Московского университета. Серия 20: Педагогическое образование*, 3: 48–60. DOI: [10.51314/2073-2635-2018-3-48-60](https://doi.org/10.51314/2073-2635-2018-3-48-60)
- Шарипова Э.М. 2023. Преподавание иностранных языков в цифровом формате как экспериментальная площадка перехода на новую форму обучения. В кн.: Карнаухов И.А., Ведута О.В., Шарипова Э.М. и др. Высшее образование в цифровую эпоху. Лингвистический аспект. Тюмень, Тюменский индустриальный университет: 76–110.
- Шевнин А.Б. 2009. Переводческая эратология как инструмент научного познания. *Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета. Вып.5: Лингвистика и межкультурная коммуникация*: 35–39.
- Шлейермахер Ф. 2004. Герменевтика. Пер. с нем. А.Л. Вольского. Москва, Европейский дом, 242 с.



## References

- Betty E. 2011. *Hermeneutics as a General Methodology of the Sciences of Spirit*. Translated from German by E.V. Borisova. Moscow, Canon+ROOI “Rehabilitation”, 144 p.
- Vasil'eva A.A. 2020. K voprosu o tsifrovizatsii obrazovatel'noi sfery sovremennogo vuza [On the issue of digitalization of the educational sphere of a modern university]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 69(1): 114–117.
- Gadamer H.-G. 1988. *Truth and Method. Foundations of Philosophical Hermeneutics*. Translated from German. Moscow, Progress, 704 p.
- Garbovsky N. 2019. «Digital Translation». Present-Day Realities and Forecasts. In: *Russian Language and Culture Reflected in Translation: Proceedings of the 9th International conference (Thessaloniki, Greece, 10–14 April 2019)*. Moscow, Publ. Moscow University Press: 65–72 (in Russian).
- Garbovsky N.K., Kostikova O.I. 2019. Intelligence in translation: artful and artificial? *Moscow state university bulletin. Series 22: Translation theory*, 4: 3–25 (in Russian).
- Gorshkova E.E. 2020. Diskurs prepodavatelya perevoda v svete portfolio perevodchika-germenevtika [The discourse of a translation teacher in light of the portfolio of a hermeneutic translator]. In: *Pedagogicheskii diskurs: kachestvo rechi uchitelya [Pedagogical discourse: the quality of a teacher's speech]*. Proceedings of the II All-Russian Conference (Moscow, May 27–29, 2020). Ed. L.G. Vikulova. Moscow, Publ. Moskovskii gorodskoi pedagogicheskii universitet, Yazyki Narodov Mira: 81–84.
- Dilthey V. 2000. *Introduction to the Sciences of the Spirit*. Translated from German by A.V. Mikhailova. Dilthey V. *Collected Works in 6 volumes. Vol. 1. Introduction to the Sciences of the Spirit*. Moscow, House of Intellectual Books. pp. 270–330.
- Karnaukhov I.A. 2023. K voprosu o kommunikatsii: yazykovaya lichnost' i kontseptosfera Digital bytiya [On the issue of communication: linguistic personality and the conceptual sphere of Digital existence]. In: *Karnaukhov I.A., Veduta O.V., Sharipova E.M., Volobueva O.N., Pashina A.V. Vysshee obrazovanie v tsifrovuyu epokhu: lingvisticheskii aspekt [Higher education in the digital age: linguistic aspect]*. Ed. I.A. Karnaukhov. Tyumen, Tyumenskii industrial'nyi universitet: 43–75.
- Mishkurov E.N., Novikova M.G. 2020. *Cognitive-hermeneutic Approach to Translation Theory and Methodology*. Moscow, Publ. Flinta, 300 p.
- Pashina A.V. 2023. Obuchenie normam tsifrovogo etiketa studentov neyazykovogo vuza kak odno iz sredstv zdorov'esberezeniya [Teaching digital etiquette standards to students of a non-linguistic university as one of the means of health preservation]. In: *Karnaukhov I.A., Veduta O.V., Sharipova E.M., Volobueva O.N., Pashina A.V. Vysshee obrazovanie v tsifrovuyu epokhu: lingvisticheskii aspekt [Higher education in the digital age: linguistic aspect]*. Ed. I.A. Karnaukhov. Tyumen, Publ. Tyumenskii industrial'nyi universitet: 145–177.
- Petrova O.V., Rodionova M.Yu. 2023. Machine translation as a teaching aid for translation classes. *Voenna-filologicheskii zhurnal*, 4: 56–66.
- Sereda P.V. 2019. Working with machine translation while training single-discipline specialists. *Philological sciences. Issues of theory and practice*, 12(4): 283–287 (in Russian). DOI: [10.30853/filnauki.2019.4.59](https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.4.59)
- Speranskaya N.I. 2021. Sovershenstvovanie lingvisticheskoi didaktiki na osnove tsifrovizatsii obrazov [Improving linguistic didactics based on the digitalization of images]. V kn.: *Informatsionnye i graficheskie tekhnologii v professional'noi i nauchnoi deyatel'nosti [Information and graphic technologies in professional and scientific activities]*. Collection of articles from the International scientific and practical conference (Tyumen, October 25–26, 2023). Ed. L.V. Belova. Tyumen, Publ. Tyumenskii industrial'nyi universitet: 253–258.
- Stainer D. 2020. *After Babylon. Aspects of language and translation*. Translated from English by V. Frolov. Moscow, Moscow Center for Continuous Mathematical Education, 645 p.
- Ushakova A.O. 2022. Technical text machine translation post-editing. *Eurasian Humanitarian Journal*, 3: 69–76 (in Russian).
- Heidegger M. 1997. *Being and Time*. Translated from German by V.V. Bibikhina. Moscow, Ad marginem, 451 p.
- Khangeldieva I.G. 2018. Digital age: is it Possible to outstrip education? *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 20: Pedagogicheskoe obrazovanie*, 3: 48–60. DOI: [10.51314/2073-2635-2018-3-48-60](https://doi.org/10.51314/2073-2635-2018-3-48-60)



- Sharipova E.M. 2023. Prepodavanie inostrannykh yazykov v tsifrovom formate kak eksperimental'naya ploshchadka perekhoda na novuyu formu obucheniya. In: Karnaukhov I.A., Veduta O.V., Sharipova E.M., Volobueva O.N., Pashina A.V. Vysshee obrazovanie v tsifrovuyu epokhu: lingvisticheskii aspekt [Higher education in the digital age: linguistic aspect]. Ed. I.A. Karnaukhov. Tyumen, Publ. Tyumenskii industrial'nyi universitet: 76–110.
- Shevnin A.B. 2009. Translation erratology as a tool for scientific knowledge. Vestnik Nizhegorodskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Vyp.5: Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija: 35-39.
- Schleiermacher F. 2004. Hermeneutics. Translated from German by A.L. Volsky. Moscow, European House, 242 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.  
**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 20.01.2025  
Поступила после рецензирования 10.02.2025  
Принята к публикации 10.03.2025

Received January 20, 2025  
Revised February 10, 2025  
Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Лю Шижао**, аспирант кафедры теории и методологии перевода Высшей школы перевода, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия.

**Shirao Liu**, postgraduate student, Department of Theory and Methodology of Translation, Higher School of Translation, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.



УДК 811.133.1

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-194-201

## Peculiarities of French Verbs of Motion Based on their Aspectual Characteristics of Telicity/Atelicity

Margarita Yu. Nikitina, Sergei I. Garagulya, Ekaterina I. Kugan, Irina B. Svezhentseva

Shukhov Belgorod State Technological University,  
46 Kostyukov St, Belgorod 308012, Russia

[ritanikitna@mail.ru](mailto:ritanikitna@mail.ru)

**Abstract.** This study outlines the importance of describing limitative and delimitative meaning of a French verb due to its particular linguistic characteristics. The paper highlights the role of analytical means in conveying aspectual meanings of telicity and atelicity of verbal actions, with a focus on French verbs of motion. In this regard, the authors have analyzed various analytical means which contribute to the expression of the category of telicity/atelicity of French verbs of motion based on their lexical, grammatical and syntactic peculiarities. The research reveals the significance of aspect and tense categories in the aspectual characteristics of verbal actions. The analysis of various syntactic constructions formed by the grammaticalization showed their influence on the telicity of the statement. Their role in the expression of the aspectual meanings of the verb is exceptionally important, as they partially compensate for formal derivational means in the French language.

**Keywords:** terminative/non-terminative characteristics, aspectual-temporal complex, paraphrase, temporal modalities of verbal action, bounded aspectual situation

**For citation:** Nikitina M.Yu., Garagulya S.I., Kugan E.I., Svezhentseva I.B. 2025. Peculiarities of French Verbs of Motion Based on their Aspectual Characteristics of Telicity/Atelicity. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 194–201. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-194-201

## Дифференциация французских глаголов движения, имеющих аспектуальные характеристики терминативности/атерминативности

Никитина М.Ю., Гарагуля С.И., Куган Е.И., Свеженцева И.Б.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова,  
Россия, 308012, г. Белгород, ул. Костюкова, д. 46

[ritanikitna@mail.ru](mailto:ritanikitna@mail.ru)

**Аннотация.** Способы передачи глагольного действия, обладая особой функциональной нагрузкой, имеют ярко выраженную специфику во французском языке. Несмотря на обилие исследований, посвященных данному языковому явлению, проблема описания аспектуальных характеристик глагольного предиката во французском языке остается нерешенной. Настоящая работа направлена на всесторонний анализ различных средств выражения терминативности/атерминативности французских глаголов движения, с учетом их лексико-грамматических и синтаксических характеристик. В результате исследования было установлено, что грамматические категории вида и времени не только определяют временные рамки глагольного действия, но и оказывают существенное влияние на его длительность и завершенность. Анализ различных глагольных перифраз, возникших в результате грамматикализации отдельных элементов, показал, что они частично компенсируют ограниченность формальных словообразовательных показателей во французском языке, а также играют исключительную роль в реализации лимитативной аспектуальной ситуации.

**Ключевые слова:** терминативность/атерминативность, аспектуально-темпоральный комплекс, перифраза, временные способы глагольного действия, лимитативная аспектуальная ситуация

**Для цитирования:** Nikitina M.Yu., Garagulya S.I., Kugan E.I., Svezhentseva I.B. 2025. Peculiarities of French Verbs of Motion Based on their Aspectual Characteristics of Telicity/Atelicity. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 194–201. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-194-201

## Introduction

The category of telicity/atelicity of verbal action has long been firmly established in the aspectological research. It is increasingly attracting the linguists' attention and remaining one of the most complex and insufficiently explored issues. Boundedness is generally understood as a semantic property of an action or event characterized by a certain endpoint or limit, thereby stressing their completion. Conversely, unboundedness, in its turn, denotes the absence of a limit, which implies an ongoing or unrestricted progression of an action. It is noteworthy that the telicity/atelicity distinction is widely acknowledged in linguistic research as a universal category, given its presence, to certain degrees, across the vast majority of languages.

In the Romance linguistics, particularly in French, the categories of aspect and tense play an important role in the expression of telicity/atelicity of verbal action. These two categories, often analyzed through the lens of linguistic typology and grammaticalization theory, are deeply interconnected, coalescing into a unified aspectual-temporal system. This system not only reflects the temporal structure of events but also encodes their inherent aspectual nuances of verbal actions. In this regard, rather than functioning as isolated categories, tense and aspect form a cohesive framework conveying the completion, progression, habituality, or punctuality of actions. These distinctions are further modulated by the context and adverbial markers, creating a flexible systematic approach to expressing complex temporal and aspectual relationships. However, taking into account the relatively limited variety of morphological markers in the French language, the syntactic structures aimed to describe the diversity of aspectual meanings are used. This reliance on syntax, rather than morphology, highlights the adaptive strategies within the language to convey nuanced temporal and aspectual distinctions.

Therefore, the goal of this research is to investigate different analytical means of expressing telicity/atelicity of verbal action, with a focus on French verbs of motion.

## Objects and methods

The object of this study is a lexical-semantic group of verbs of motion, which occupies a special place in the system of actional verbs of dynamic spatial localization in the French language.

To achieve accurate findings, a range of research methodologies is employed:

- semantic and componential analysis (examination of the meanings of French verbs of motion and their decomposition into semantic components to distinguish terminative/non-terminative markers);
- corpus-based analysis (investigation of large linguistic corpora to reveal authentic usage, frequency, and distribution of aspectual forms);
- morphosyntactic analysis (examination of the grammatical structures and temporal forms that highlight or modify aspectual properties of the verbs of motion);
- descriptive and qualitative techniques (research of the usage of verbs of motion in authentic French contexts to identify the interaction between verb semantics and grammatical constructions);
- structural-semantic modeling (analysis of the relationship between verb semantics, syntactic structures, and aspectual characteristics), etc.



## Results and discussion

In current research of the evolutionary process of the language a great attention is paid to the process of grammaticalization which involves the constant transformation of lexical units into grammatical ones. It can be observed that the lexicon is widely regarded as a fundamental component of grammar, serving to reflect both the continuity and evolution of linguistic categories [Majsak, 2000]. Moreover, the process of grammaticalization, which underpins the development of syntactic structures, is closely interconnected with the phenomenon of desemanticization. According to V.G. Gak [Gak, 1965], this process occurs when one of the elements of the analytical construction diminishes its original meaning and is transformed into a functional or a semi-functional component.

Analytical structures are commonly thought of as complex descriptive word combinations of a basic word and auxiliary elements (prepositions, articles, etc.) which are semantically and functionally equivalent to a single word. These constructions, formed by means of various grammatical and semantic links often reveal the processes of grammaticalization and lexicalization, making them a valuable subject of study for linguists due to their complexity, versatility, and the rich interplay between syntax and semantics. It is important to highlight that numerous terms are used to describe such analytical forms in the French language. For instance, N.M. Shtejnberg emphasizes the syntactic complexity with the term “complex verbal constructions” [Shtejnberg, 1955], while F. Brunot stresses their semantic function as “paraphrases” [Brunot, 1966]. H.G. Schogt focuses on their temporal and aspectual roles, calling them “aspectual analytical constructions” [Schogt, 2018], and N.N. Kirillova puts them within the broader study of the fixed expressions and idiomatic phrase as “analytical phraseological units” [Kirillova, 1986]. These terms reflect diverse theoretical approaches, capturing syntactic, semantic or idiomatic dimensions of these constructions, therefore, emphasizing their complex and intricate nature.

Verbs of motion are lexical units that most often undergo grammaticalization in different languages. They are widely used in metaphorical interpretation of spatial concepts for better understanding abstract phenomena conveying physical movement onto mental, emotional, or conceptual spheres. This metaphorical usage highlights the deep connection between language, cognition, and perception, enabling speakers to designate abstract notions through familiar spatial frameworks [Lakoff, Johnson, 1980; Bulygina, Shmelev, 2000; Gooseyn-Zade, 2012].

In the French language, the beginning of an action or a new situation is associated with the concept of motion [Мойсеева, 2015]. One of the basic verbs of motion *aller* is used to denote the immediate future in the infinitive construction within the temporal verbal form *future immédiat*, for example:

*Je vais descendre chercher un peu de pain* [Foenkinos, 2013, p. 23].

In the extract cited above, the intention of the impending future process is expressed by the analytical construction *aller descendre*.

To talk about recent action another basic verb of motion *venir* is used in the immediate periphrastic construction of *passé immédiat* where it gets a specialized temporal function, for example,

*Je viens de rentrer et je suis déjà fatiguée* [Ernaux, 2016, p. 36].

In the quoted sentence, the analytical construction *venir de rentrer* constitutes both semantic and syntactic unity, describing a just-occurred bounded event.

The immediate construction with the verb *venir* accompanied by the adverb *à peine* is of great interest in terms of its structural and semantic aspects. The verb *venir* undergoes desemanticization shifting the aspectual meaning towards the adverb *à peine*:

*Le brouillard vient à peine de se dissiper* [Queneau, 2023, p. 31].

In the cited example, the verb *venir* with the preposition *de*, indicates the action that has just occurred, emphasizing its recentness. The periphrasis *vient à peine de* strengthens this temporal

nuance, suggesting that the dissipation of the fog occurred only a moment ago. The addition of *à peine* underscores the immediacy of the event, as a result, making a stylistically rich and temporally precise description in French.

In the constructions *sortir de + infinitive* the verb of motion draws particular attention to the final stage of the action being performed due to its inherent terminative aspect, for example:

*Le cri qui sort de passer résonne dans ma tête* [Jollien, 2020, p. 42].

In this phrase, the construction *sort de passer* combines several grammatical and semantic elements that contribute to its nuanced meaning. The verb *sortir* here conveys the idea of something emerging or coming out. In addition, the verb *passer* indicates the action of the cry having occurred and now being in the past. However, the use of the verbal construction *sortir de passer* adds a temporal and dynamic dimension: the cry is described as something that has recently completed its act of “passing” but still maintains a presence in the speaker’s mind.

Analytical constructions with phase verbs are also used to form the aspectual meaning of telicity/atelicity in discourse. The idea of the process identified by the speaker – its duration, development, completion (i.e., the phases of carrying out an action) is associated with the category of manners of verbal action. Manners of verbal action take a peripheral position in the functional-semantic field of aspectuality. According to P. Charaudeau, conceptual categories of aspectuality are formed: prospectivity, beginning, intra-terminality, end, momentaneity, durativity, multiplicity [Charaudeau, 1992, p. 19]. The manners of action in the French language are represented by various lexical and syntactic means including analytical verbal constructions. Analytical constructions with verbs of motion in French, such as *aller (faire qch)* (expressing intention or near future), *venir (de faire qch)* (recent past), *partir (pour faire qch)*, *entrer (pour faire qch)*, *monter (pour faire qch)*, *descendre (pour faire qch)*, *revenir (pour faire qch)*, *passer (pour faire qch)*, *se mettre en route (pour faire qch)*, *rentrer (pour faire qch)*, *terminer (de faire qch)*, etc are used to express directionality, the purpose of motion, or its temporal aspects, adding precision and expressiveness to speech.

In the analytical construction *commencer (à faire qch)* the predicate is used to denote the resultative-initiatory manner of verbal action while the infinitive serves as the actualizer of the main action which has further development, for example:

*Il a commencé à errer dans les rues, perdu dans ses pensées* [Pulcini, 2022, p. 75].

The detailed analysis of the analytical construction *se lancer à + infinitive* shows that the temporal grammatical markers enhance both syntactic and semantic perception of the action, for example:

*Il se lance à la recherche de l'amour et de la liberté* [Hugo, 2009, p. 34].

As the context suggests, the verb *se lancer* in the form of *présent de l'indicatif* in combination with the cursive verb *rechercher* denotes the beginning of the progressive movement.

The punctual temporal form *passé composé* of the phase verb (*s'est mis*) influences atelicity of the verbal lexeme, as shown in the following example:

*Lorsqu'il a entendu le bruit inattendu derrière lui, il s'est mis à trembler, ressentant une peur sourde qui l'envahissait* [Houellebecq, 2010, p. 78].

In the cited sentence, the beginning of the action expressed by the analytical construction *se mettre à trembler* has a meaning of telicity of the initial phase of the action. The temporal form *passé composé* brings the idea of a completed action into the verbal-infinitive construction.

The continuity of an action in French is conveyed by the analytical constructions with the phase verbs *continuer (à (de) faire qch)*, *ne pas cesser (de faire qch)*, *pas arrêter (de faire qch)*. In the following example, the continuous, unbounded movement of the subject is enclosed within the certain time frames, as indicated by the circumstantial modifier *tous les jours*:

*Elle continue à écrire tous les jours* [Foenkinos, 2019, p. 37].

The constructions *achever (de faire qch)*, *finir (de faire qch)*, *cesser (de faire qch)*, *s'arrêter (à faire qch)* refer to the final phase of a process (infinitiveness) expressing a resultative-infinitive manner of verbal action. The punctual tenses express a positive outcome of an action with the



meaning of resultative completion while the linear tenses indicate the duration of the final phase of an action, for example:

*Après une longue carrière, elle a décidé de s'arrêter à monter et de profiter de la vie* [Delacourt, 2013, p. 48].

*Elle voulait que la terre cesse de tourner ... pour toujours!* [George, Benjamin, 2013, p. 18].

In the first example, the usage of the verbal paraphrase *s'arrêter à monter* might be interpreted metaphorically as “to stop at the point of”. It could be understood as a figurative way of indicating that the subject decided to stop pursuing further career advancement with the focus on the terminativity of the action.

In the second example, the construction *cesse de tourner* is used to denote cessation, an unrealizable wish, highlighting the emotional state of the character and the impossibility of fulfilling this desire. The event (the Earth stopping its rotation) is presented as something hypothetical and impossible, and the mode of action emphasizes a subjective desire rather than an objective reality.

Complex verbal constructions with connotative implications can be interpreted as analytical means indicating the action's completion. These structures, due to their specific modal and aspectual nuances, serve as main tools in expressing the inherent boundedness or lack of an action, thus contributing to the broader understanding of the verbal aspect. The following verbs whose lexical meanings are retained can serve as predicates in periphrases: *accepter (de faire qch)*, *amener (à faire qch)*, *(en) arriver (à faire qch)*, *(se) décourager (de faire qch)*, *(se) décider (à faire qch)*, *(s')efforcer (de faire qch)*, *(se) laisser (de faire qch)*, *partir (à (pour) faire qch)*, *réussir (à faire qch)*, etc. These structures are of great importance to emphasize not only the action itself but also the resultant state or condition that follows, for example:

*Alors il se décida à entrer, et, comme Cachelin s'était relevé, il aperçut, sur la blancheur de l'oreiller, la figure de tante Charlotte...* [Maupassant, 1984, p. 84].

In the quoted sentence, the predicate *se décider à* followed by the infinitive *entrer* indicates the action that the main character has resolved to undertake. The action is seen not just as an internal decision but also as the beginning of an external, physical activity (entering). Thus, the use of the whole verbal construction can be understood as involving a resultative-inchoative manner of action.

It is worth noting that in a wide range of syntactic structures conveying limitative and delimitative meaning of a French verb there are also so-called aspectual periphrastic models. This designation emphasizes the presence of paraphrases within these constructions, which play a key role in expressing various manners of action. These constructions are used to denote different nuances of time frame, for example:

1) paraphrases conveying the inevitability of an action: *être près (de faire qch)* “to be close to doing something”, *être en passe (de faire qch)* “to be on the verge of doing something”, *être sur le point (de faire qch)* “to be about to do something”, *être à un cheveu (de faire qch)* “to be on the brink of doing something”, *être pour (de faire qch)* “to be set to do something”;

2) paraphrases designating the duration of an action: *être en cours (de faire qch)* “to be in the process of doing something”, *être en voie (de faire qch)* “to be on the way of doing something”, *être en train (de faire qch)* “to be in the middle of doing something”, *se trouver en train (de faire qch)* “to find oneself in the process of doing something”, *être engagé (dans qch)* “to be engaged in doing something”, *s'occuper (à faire qch)* “to be occupied with doing something”;

3) paraphrases denoting the habituality or the repeatability of an action: *avoir l'habitude de faire qch* “to be used to doing something”, *passer son temps à faire qch* “to spend one's time doing something”, *continuer à faire qch* “to continue doing something”, *ne cesser de faire qch* “to keep doing something”;

4) paraphrases indicating the imminence or nearing completion of an action: *être à deux doigts (de faire qch)* “to be a hair's breadth from doing something”, *être en passe de finir* “to be about to finish”, *être sur le point de terminer* “to be about to finish”, etc.

The aspectual periphrastic models possess distinct purposes and structures, offering rich material for analysis in the field of aspectual theory and verbal semantics, for example:

*Il était sur le point de partir quand il a reçu un appel* [Camus, 2018, p. 73].

In the cited example, the periphrasis *était sur le point* in the temporal form *imparfait* illustrates the aspectual situation of inevitability signaling that the event described (in this case, “leaving”) is on the verge of occurring. The word combination *il a reçu un appel* further reinforces the aspectual nuance of the imminent action that remains suspended because of the external factor.

The analytical structure *être en cours (de faire qch)* has a distinct aspectual value of processuality due to the prepositional-nominal group *en cours de*. The primary semantic dominant “in the course of something” [Rey-Debove, Rey, 2004, p. 410] is stressed in the phrases describing the emphasis on the action, for example:

*La vie est en cours de passer devant nous, et il est essentiel de savourer chaque instant* [Slimani, 2018, p. 92].

The verb patterns *être occupé (de faire qch)*, *être (à faire qch)*, *passer (à faire qch)* are linguistic variations of the general concept “being occupied with something” that denotes unbounded aspectual situation, for example:

*Dans cette ville où il passait le temps à errer, il observait les gens et s'interrogeait sur leur bonheur* [Perec, 2006, p. 81].

It can be observed that the French language does not have a specific grammatical progressive tense. The construction *être en train de* serves as one of the essential elements of designating the continuous and progressive aspects in French. It emphasizes the ongoing event dynamically, highlighting their temporal progression rather than their completion or endpoint, for example:

*Elle était en train de courir quand elle a entendu un bruit bizarre* [Barbery, 2007, p. 19].

In this example, the action described by the verbal construction *était en train de courir* in the past tense (*imparfait*) is viewed as an incomplete one, focusing on the temporal unfolding of the action. Although the verb *courir* is atelic, the broader context of the sentence (*elle a entendu un bruit bizarre*) introduces the terminative nuances, illustrating how aspectual and telic properties are interacted.

## Conclusion

So, we have explored the peculiarities of French verbs of motion through the lens of their aspectual characteristics of telicity and atelicity. These aspectual differences between verbs provide insights into the cognitive processes paying attention to the concept of motion. Telicity is often associated with verbs that imply several endpoints, whereas atelic verbs tend to describe actions without a definite limit, underlying the proceeding of an action. Our findings reveal the significance of the analytical means formed as a result of the grammaticalization of components in conveying the aspectual meanings of telicity/atelicity of verbal action. These structures enhance the precision of temporal interpretation and clarify the inherent properties of actions described by French verbs of motion. Paraphrases involving auxiliary verbs, prepositional phrases, or adverbial modifiers allow speakers to specify direction, manner, or purpose, thus compensating for the relatively limited morphological system in French. The findings contribute to a deeper understanding of the interplay between lexical semantics, grammatical expression, and syntactic strategies in the French language. This research offers a foundation for further comparative studies across languages or within diverse linguistic contexts.

## References

### Список литературы

- Bulygina T.V., Shmelev A.D. 2000. Peremeshchenie v prostranstve kak metafora emotsii [Movement in space as a metaphor for emotions]. In: Logicheskii analiz yazyka. Yazyki prostranstv [Logical analysis of language. Languages of spaces]. Collection of articles. Ed. N.D. Arutyunova, I.B. Levontina. Moscow, Publ. Yazyki russkoi kul'tury: 277–288.



- Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. 2000. Перемещение в пространстве как метафора эмоций. В кн.: Логический анализ языка. Языки пространств. Сборник статей. Под ред. Н.Д. Арутюновой, И.Б. Левониной. Москва, Языки русской культуры: 277–288.
- Gak V.G. 1965. Desemantizatsiya yazykovogo znaka v analiticheskikh strukturakh sintaksisa [Desemantization of the linguistic sign in the analytical structures of syntax]. In: Analiticheskie konstruktсии v yazykakh razlichnykh tipov [Analytical constructions in languages of different types]. Collection of articles. Eds. V.M. Zhirmunsky, O.P. Sunik. Moscow, Publ. Leningrad, Nauka (Leningradskoe otdelenie): 129–142.
- Гак В.Г. 1965. Десемантизация языкового знака в аналитических структурах синтаксиса. В кн.: Аналитические конструкции в языках различных типов. Сборник статей. Под ред. В.М. Жирмунского, О.П. Суника. Москва, Ленинград, Наука (Ленинградское отделение): 129–142.
- Gooseyn-Zade I.A. 2012. Metaphor of vertical movement in imagery charecteristics of feelings and emotions. *Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*, 1(5): 5–10 (in Russian).
- Гусейн-Заде И.А. 2012. Метафора движения по вертикали в образной характеристике чувств и эмоций. *Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение*, 1(5): 5–10.
- Kirillova N.N. 1986. Sopostavitel'naya frazeologiya romanskikh yauzkov [Comparative phraseology of Romance languages]. Leningrad, Publ. Leningradskii gosudarstvennyi pedagogicheskii institut imeni A.I. Gertsena, 81 p.
- Кириллова Н.Н. 1986. Сопоставительная фразеология романских языков. Ленинград, Ленинградский государственный педагогический институт имени А.И. Герцена, 81 с.
- Maisak T.A. 2000. Grammatikalizatsiya glagolov dvizheniya: opyt tipologii [Grammaticalization of verbs of motion: an attempt at typology]. *Voprosy yazykoznanija*, 1: 10–32.
- Майсак Т.А. 2000. Грамматикализация глаголов движения: опыт типологии. *Вопросы языкознания*, 1: 10–32.
- Moiseeva S.A. 2015. Glagoly dvizheniya v kontseptosfere nositelei frantsuzskogo yazyka [Verbs of motion in the conceptual sphere of French native speakers]. In: Gertsenovskie chteniya. Inostrannye yazyki [Herzen Readings. Foreign Languages]. Proceedings of the All-Russian Interuniversity Scientific Conference (St. Petersburg, May 14–15, 2015). Ed. T.I. Vorontsova. St. Petersburg, Publ. Rossiiskii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet im. A.I. Gertsena: 91–93.
- Моисеева С.А. 2015. Глаголы движения в концептосфере носителей французского языка. В кн.: Герценовские чтения. Иностранные языки. Материалы Всероссийской межвузовской научной конференции (Санкт-Петербург, 14–15 мая 2015 г.). Под ред. Т.И. Воронцовой. Санкт-Петербург, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена: 91–93.
- Shteinberg N.M. 1955. Tak nazyvaemoe budushchee predvaritel'noe (futur antérieur) v sovremennom frantsuzskom yazyke (k voprosu o sootnoshenii vida i vremeni v sisteme frantsuzskogo glagola) [The so-called future preliminary (futur antérieur) in modern French (on the issue of the relationship between aspect and tense in the system of the French verb)]. *Uchenye zapiski Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A.A. Zhdanova. Seriya filologicheskikh nauk*, 15(156): 265–281.
- Штейнберг Н.М. 1955. Так называемое будущее предварительное (futur antérieur) в современном французском языке (к вопросу о соотношении вида и времени в системе французского глагола). *Ученые записки Ленинградского государственного университета имени А.А. Жданова. Серия филологических наук*, 15(156): 265–281.
- Barbery M. 2007. *L'élégance du hérisson*. Paris, Publ. Gallimard, 416 p.
- Brunot F. 1966. Histoire de la langue française dès origine à nos jours. Vol. IV. La langue classique 1660-1715. Deuxième partie. Paris, Publ. Librairie Armand Colin, 332 p.
- Camus A. 2018. *L'Étranger*. Paris, Folio, 192 p.
- Charaudeau P. 1992. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris, Publ. Hachette, 927 p.
- Delacourt G. 2013. *La Liste de mes envies*. Paris, Publ. LGF/Livre de Poche, 183 p.
- Ernaux A. 2016. *Regarde les lumières, mon amour*. Paris, Publ. Folio, 70 p.
- Foenkinos D. 2013. *Je vais mieux*. Paris, Publ. Gallimard, 329 p.
- Foenkinos D. 2019. *Charlotte*. Paris, Publ. Gallimard, 255 p.

- George L., Benjamin N. 2013. *La passion d'une infirmière – Le meilleur des remèdes*. Paris, Publ. Harlequin, 290 p.
- Houellebecq M. 2010. *La carte et le territoire*. Paris, Publ. Flammarion, 428 p.
- Hugo V. 2009. *Les Misérables*. Paris, Publ. Garnier-Flammarion, 2000 p.
- Jollien A. 2020. *Petit Traité de l'abandon: Pensées pour accueillir la vie telle qu'elle se propose*. Paris, Publ. Points, 128 p.
- Lakoff G., Johnson M. 1980. *Metaphors we live by*. Chicago, Publ. University of Chicago Press, 242 p.
- Maupassant G. de. 1984. *Oeuvres complètes*. Paris, Publ. Arvensa Editions, 6182 p.
- Perec G. 2006. *Les choses*. Paris, Publ. Pocket, 160 p.
- Pulcini M. 2022. *Les errants*. Paris, Publ. Éditions du Rocher, 192 p.
- Queneau R. 2023. *Pierrot mon ami*. Dallas, Deep Vellum Publishing, 252 p.
- Rey-Debove J., Rey A. 2004. *Le nouveau Petit Robert 2004: dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Paris, Publ. Le Robert, 2950 p.
- Schogt H.G. 2018. *Le système verbal du français contemporain*. Vol.79. Paris, Publ. Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 76 p.
- Slimani L. 2018. *Chanson douce*. Paris, Publ. Gallimard, 256 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 16.12.2024

Received December 16, 2024

Поступила после рецензирования 28.01.2025

Revised January 28, 2025

Принята к публикации 10.03.2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Никитина Маргарита Юрьевна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

**Margarita Yu. Nikitina**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Shukhov Belgorod State Technological University, Belgorod, Russia.

**Гарагуля Сергей Иванович**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

**Sergei I. Garagulya**, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Foreign Languages, Shukhov Belgorod State Technological University, Belgorod, Russia.

**Куган Екатерина Ивановна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

**Ekaterina I. Kugan**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Shukhov Belgorod State Technological University, Belgorod, Russia.

**Свеженцева Ирина Борисовна**, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков, Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия.

**Irina B. Svezhentseva**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Shukhov Belgorod State Technological University, Belgorod, Russia.



УДК 811.161.1

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-202-210

## Национально-культурные особенности яньюй и пословиц с компонентом «огонь»

<sup>1</sup> Пэнбо Ч., <sup>2</sup> Яковлева Е.С., <sup>2</sup> Бунина К.С.

<sup>1</sup> Хэнаньский университет,

Китайская Народная Республика, 475001, г. Кайфэн, ул. Мин Лун, д. 85;

<sup>2</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85

[henu\\_zpb@163.com](mailto:henu_zpb@163.com), [elena.iakovleva@inbox.ru](mailto:elena.iakovleva@inbox.ru), [miss.buni@mail.ru](mailto:miss.buni@mail.ru)

**Аннотация.** Изучение яньюй в китайском языке и пословиц в русском языке в сопоставительном аспекте стало возможным благодаря современным технологиям, предоставляющим доступ к данным, недоступным исследователям прошлого. Цель исследования состоит в выявлении национально-культурных особенностей яньюй и пословиц с компонентом «огонь». Были определены потенциальные метафорические характеристики лексемы «огонь» с помощью анализа толкований в филологических словарях, особенности реализации национально-культурных смыслов во внутренней форме исследуемых единиц. Для анализа особенностей фиксации культурных констант объекта «огонь» в русской и китайской лингвокультурах приведено описание фольклорного и культурного кодов. С опорой на собранные в национальных корпусах текстов примеры контекстного употребления изучаемых фразеологизмов были определены их коннотативные характеристики, а также особенности реализации ценностей национальной культуры в исследуемых языках. В работе приводятся статистические данные на основании собранной картотеки пословиц и яньюй.

**Ключевые слова:** фразеологические единицы, культурно-национальная специфика, яньюй, пословица, стихия, огонь

**Для цитирования:** Пэнбо Ч., Яковлева Е.С., Бунина К.С. 2025. Национально-культурные особенности яньюй и пословиц с компонентом «огонь». *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 202–210. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-202-210

---

## National-cultural Features of Yanyu and Proverbs with the Fire Component

<sup>1</sup> Zhao Pengbo, <sup>2</sup> Elena S. Iakovleva, <sup>2</sup> Kseniia S. Bunina

<sup>1</sup> Henan University,

85 Minlong St, Kaifeng 475001, China;

<sup>2</sup> Belgorod State National Research University,

85 Pobedy St, Belgorod 308015, Russia

[henu\\_zpb@163.com](mailto:henu_zpb@163.com), [elena.iakovleva@inbox.ru](mailto:elena.iakovleva@inbox.ru), [miss.buni@mail.ru](mailto:miss.buni@mail.ru)

**Abstract.** The study of yangyu in Chinese and proverbs in Russian in a comparative aspect is relevant, since modern technologies provide access to data inaccessible to researchers of the past. The purpose of the study is to identify the national and cultural characteristics of Yangyu and proverbs with the "fire" component. The potential metaphorical characteristics of the lexeme "fire" were determined by analyzing the interpretations in philological dictionaries, the specifics of the implementation of national and cultural meanings in the internal form of the studied units. To analyze the features of fixing cultural constants of the object "fire" in Russian and Chinese linguistic cultures, we provide a description of folklore and cultural codes. Based on the examples of contextual use of the studied phraseological units collected in national text

corpora, we have determined their connotative characteristics, as well as the peculiarities of the reflection of national cultural values in the studied languages. The paper provides statistical data based on the collected card index of proverbs and Yangyu.

**Keywords:** phraseological units, cultural and national specifics, yangyu, proverb, element, fire

**For citation:** Pengbo Z., Iakovleva E.S., Bunina K.S. 2025. National-cultural Features of Yanyu and Proverbs with the Fire Component. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 202–210 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-202-210

## Введение

Проблема изучения фразеологических единиц в сопоставительном аспекте остаётся актуальной в мире больших данных, ведь современные информационные технологии позволили не только получить доступ к научным публикациям отечественных и зарубежных ученых на разных языках, но и переведенным в электронный формат словарям, энциклопедиям, различным лингвистическим базам данных.

Обращаясь к истории вопроса, отметим, что первые исследования фразеологического фонда русского языка были предприняты в XIX – начале XX вв. Работы Ф.Ф. Фортунатова (1876–1902), А.А. Шахматова (1915–1916 гг.), А.А. Потебни (1874–1888) заложили основы фразеологии в рамках теории грамматики, а ее выделение в отдельную науку связано с именем В.В. Виноградова, который предложил классификацию фразеологических единиц и заложил основу терминологического аппарата [Виноградов, 1977].

В Китае работы по изучению фразеологических единиц были начаты несколько позже, в середине XX в., и проблема разграничения пословиц и других фразеологических единиц в лексикографии остается дискуссионной [吴, 2021 с. 12]. Одним из первых занялся работой в этой области Ма Гофань (马国凡) [马, 1978], который предложил деление фонда китайских фразеологических единиц на 4 класса: чэньюй, яньюй, сехоуэй, гуаньюньюй. Китайские ученые Вэнь Дуаньчжэн (温端政) [温, 2011], Сюй Цзунцай (徐宗才), Ин Цзюньлин (应俊玲) [徐, 应, 2004], Сунь Хундэ (孙洪德) [孙, 2011] уделяют внимание вопросам уточнения классификации, составлению словарей, а также изучению особенностей метафоризации и национально-культурной специфики чэньюй, яньюй и других единиц.

Проблема изучения национально-культурных особенностей фразеологических единиц остается актуальной на протяжении нескольких десятилетий в связи со сложностью вопроса, для решения которого требуются не только словари, но и базы данных контекстного употребления фразеологических единиц, что позволяет сопоставительно описывать их семантику. М.Л. Ковшова отмечает, что «сложность описания культурной семантики фразеологизмов связана с тем, что фразеологизм в процессе общения понимается, "считывается" одновременно двумя разными способами – кодом языка и кодом культуры» [Ковшова, 2016, с. 97]. Фразеологические единицы «как собственно средство вторичной номинации связаны с познанием действительности через опыт поколений» [Яковлева, Пэнбо, 2021, с. 407].

Национально-культурная специфика фразеологических единиц обусловлена, во-первых, структурой языка; во-вторых, их образным метафорическим основанием (фразеологическая единица представляет реальность посредством метафоры, в которой абстрактное понятие представлено через конкретное [Багана и др., 2022, с. 148]); в-третьих, собственно национально обусловленными особенностями фиксации метафоры. В.Н. Телия отмечает, что «фразеологический состав языка – это зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание» [Телия, 1996, с. 9].

Факт, что фразеологические единицы, в частности пословицы, легко интерпретируются носителями языка, является общеизвестным. В.А. Маслова отмечает, что



«интерпретируя ФЕ на основе соотнесения их ассоциативно-образных восприятий со стереотипами, отражающими народный менталитет, мы тем самым раскрываем их культурно-национальный смысл и характер, которые и являются содержанием национально-культурной коннотации» [Маслова, 2001, с. 55].

Изучение проблемы национально-культурной специфики рассматривается в работах отечественных ученых. Так, И.В. Зыкова описала теоретический аспект изучения фразеологии с точки зрения лингвокультурологического знания [Зыкова, 2015]; М.Л. Ковшова рассматривала вопросы культурно-национальной спецификация фразеологизмов и подходы к описанию их культурных смыслов [Ковшова, 2016]. На материале нескольких языков (русского, китайского, английского и французского) рассматривались национально-культурные особенности фразеологических единиц с компонентом «ворона» [Багана, 2022]; национально-культурное своеобразие фразеологизмов, характеризующих свадебные традиции, исследовалось на материале трех языков (русского, английского и татарского) [Федуленкова, 2014]; на материале русских и китайских фразеологических единиц проводится анализ их национально культурных особенностей и специфики картины мира [吴, 2021]; был проведен анализ яньюй и пословиц, описывающий время в китайском и русском языках [李, 2018].

Таким образом, в лингвистике накоплены данные в области изучения фразеологических единиц (ФЕ) в языках мира, однако вопрос описания национально-культурной специфики на материале яньюй в китайском языке и пословиц в русском остается открытым. В связи с этим цель исследования состоит в выявлении национально-культурных особенностей яньюй и пословиц с компонентом «огонь».

### **Материалы и методы исследования**

Фразеологические единицы, относящиеся к яньюй и пословицам, в представленном исследовании были собраны с помощью методов фразеологической идентификации и сплошной выборки из фразеологических словарей. Источниками примеров для картотеки пословиц китайского языка послужили китайские словари, прежде всего, 中国俗语大辞典 («Большой словарь китайских пословиц») Вэнь Дуаньчжэна [温, 2011]; 汉语俗语词典 («Словарь китайских пословиц») Сунь Хундэ [孙, 2011]; 俗语词典 (修订本 (Словарь китайских пословиц (исправленное и дополненное издание)) 徐宗才 (Сюй Цзунцай), 应俊玲 (Ин Цзюньлин) [徐, 应, 2004]. В русском языке в качестве источника примеров были выбраны «Пословицы русского народа» В.И. Даля [Даль, 2000–2024]; «Большой фразеологический словарь: значение, употребление, культурологический комментарий» В.Н. Телии [Телия и др., 2024]. Сопоставительный анализ картотеки собранных яньюй и пословиц с целью их классификации и описания был проведен с помощью методов систематизации и тематической классификации, а также описательно-аналитического метода. Статистический метод был использован для получения данных о продуктивности выделенных семантических групп, а также о процентном распределении коннотации в исследуемых единицах.

### **Результаты и их обсуждение**

Огонь оказал влияние на развитие человеческого общества: овладение огнем, искусством его поддержания, а затем и розжига позволило не только греться у костра холодными вечерами, увеличить световой день, но и сделать огромный промышленный рывок: появились обожженные сосуды – керамика, которые могли выдерживать высокую температуру, печи для плавки сначала меди и бронзы, а затем и железа. Передача знаний об использовании огня для плавки металла, создания стекла, об опасности пожара из поколения в поколение обусловила попытки объяснения действительности, а лексема «огонь» стала смыслообразующим компонентом фразеологических единиц.

Символика огня в русском языке многозначна, это огонь войны, пожар и разрушения, огонь олицетворяет страсть, энергию, молодость [Ожегов, 2024]. Отрицательный персонаж русский волшебных сказок Змей Горыныч дышит огнем. В старину огнем называли лихорадку.

Символика огня в китайском языке рассматривается с точки зрения философской концепции Усин, где огонь ассоциируется с красным цветом и югом, с такими эмоциями, как злость, гнев, ярость, а в традиционной китайской медицине «избыток огня» связан с опухолями, воспалениями и нервными болезнями [新华词典, 2024]. Необходимо также учитывать и иероглифическую составляющую лексемы «огонь». Впервые изображение иероглифа «火» найдено в древних иероглифических текстах на гадательных черепаших щитках эпохи Инь, которые ученые датируют XIV—XI веками до н. э. В иероглифике ключ «火» связан с такими значениями в словах как свет, горение, пламя, жар. Такие слова, как 黑 (черный), 灰 (серый), 热 (горячий), 烧 (тушить), 煮 (варить), содержат в своем составе графему «огонь». Лексемы, номинирующие оружие, также содержат в своем составе компонент «火»: 火药 (порох), 多管火箭武器 (ракетная система залпового огня), 防空火炮 (зенитное орудие).

Китайский и русский языки относятся к разным языковым семьям и морфологическим группам языков, культура и быт народов также разительно отличается, однако сопоставление пословиц, бытующих в языках, поможет выявить как тождественные, так и уникальные идеи в интерпретации действительности, а именно «культурнонациональной специфики» [Zyкова, 2015, p. 182].

В китайском языке выделяют особую группу фразеологических единиц, которые называются 谚语 (яньюй), согласно определению, предложенному в «现代汉语规范词典» («Нормативный словарь современного китайского языка»): «作为熟语的一种, 以简单易懂的语言固定形式流传于民间, 背后却蕴含着深远的道理» (один из видов фразеологических единиц, имеет фиксированную форму, простой и понятный язык, широко распространенный среди народа, содержит простые истины) [李, 2014].

Определение термина «пословица» в русском языке приводится в «Словаре лингвистических терминов»: «Образное законченное изречение, имеющее назидательный смысл и, обычно, специфическое ритмо-фонетическое оформление» [Ахманова, 1966, с. 330].

Предложенные в словарях дефиниции рассматривают и яньюй, и пословицу как единицы, имеющие фиксированную форму и значение, обладающие законченностью и описывающие жизненные явления. Рассматривая яньюй и пословицы, в И.В. Войцехович предлагает использовать китайский термин 谚语 (яньюй) для исследуемой группы единиц [Войцехович, 2007, с. 78]. Таким образом, можно заключить, что исследуемые единицы являются сопоставимыми.

Китайский и русский словари схожи в определении лексемы «огонь»: «烧, 物质燃烧时所发出的光和焰» (Горение – свет и пламя, испускаемые при горении вещества) [新华词典, 2024]. «Горящие светящиеся газы высокой температуры, пламя» [Ожегов, 2024]. Общими фрагментами определения выступают свет, пламя, горение.

В процессе исследования были выделены группы фразеологических единиц, по признаку опасности и полезности для человека огня.

Рассмотрим группу пословиц, в которых метафора основана на том, что стихия огня представляет опасность пожара: «Огонь – это опасность».

Где дым, там и огонь [Даль, 2000–2024]. Пример находим в современном произведении: «Хоть мал огонек, а все дым виден. Где дым, там и огонь...» [Асмолов, 2015].

面前一盆火, 背后一把刀 букв. внешне полон огня, за спиной держит нож [温, 2011]. Образно так можно сказать о человеке, который с виду энергичный, благопристойный, а на самом деле совершает неблагоприятные поступки.

В пословицах также отмечается опасность воспламенения легкогорючих предметов: сена или соломы в русском языке, бумаги – в китайском.

*Сену с огнем не улежаться* [Даль, 2000–2024].

*纸里包不住火* букв. *огня в бумагу не завернёшь*; обр. *тайное всегда становится явным* [温, 2011].

*远水不救近火* букв. *далёкая вода не может потушить близкий огонь* (обр. *на Бога надейся, а сам не плошай*) [温, 2011]. Рассматриваемый яньйюй впервые был отмечен в трактате Хань Фэй-цзы времен Сражающихся царств. Яньйюй объясняет, что, сталкиваясь с реальными трудностями, нельзя мечтать о каком-то могущественном божестве или далеком спасателе, который придет и поможет справиться с невзгодами. Можно отметить, коннотация пословицы негативная.

Еще один яньйюй *无明业火, 高三千丈* говорит о том, что если нет мудрости спокойно разобраться в причинах происходящего, то человек может потерять самообладание. Образно «быть вне себя от ярости», «выйти из себя». Коннотация пословицы негативная [孙, 2011].

В романе *《水浒传》* («Речные заводи») находим пример использования яньйюй *无明业火, 高三千丈*: «*武松听了, 心头那把无明业火, 高三千丈, 冲破了青天。右手持, 左手叉开五指, 抢入楼中...*» (Сунь Укун, услышав, был *вне себя от ярости*, пролетев через чистое небо с кинжалом в правой руке, вошел в башню) [施, 2018].

В следующей условно выделенной группе фразеологических единиц метафора основана на пользе для деятельности человека жара огня, света, возможности использовать огонь в кузнечном или гончарном деле: «огонь—это польза». Например, огонь использовался в кузнице: *趁火打铁, 趁水和泥* обр. *Куй железо, пока горячо. Необходимо пользоваться выпавшими возможностями* [孙, 2011]. Огонь отапливает дома: *九月重阳, 移火进房* обр. *осенью разводят огонь, чтобы согреться* [温, 2011]. В древности огонь переносили из летней кухни в дом, чтобы было теплее, когда ночи становились холодными.

В русском языке находим пословицы, которые могут быть отнесены к группе, в которой эксплицируется метафора «огонь – это польза»: *Смелый в воде не тонет, в огне не горит. У него дело в руках огнем кипит и в срок поспекает* [Даль, 2000–2024]. В пословицах происходит метафорический перенос качества «живого» согревающего пламени на человека, который является мастером своего дела, храбрым человеком, не боящимся жара огня. *Ну я же говорю вам, что археолог Зыбин ни в огне не горит, ни в воде не тонет* [Домбровский, 1993].

В китайском языке в пословице отражена деятельность кузнеца: *趁水和泥, 趁火打铁* букв. *использовать воду, глину и огонь дляковки железа*, обр. *об удачно начатом или завершенном деле* [孙, 2011].

В романе Хао Жаня *《艳阳天》* («Солнечный день») использует исследуемый яньйюй: «*这母货不早不晚, 来的恰好。趁水和泥, 趁火打铁, 捎带着把她收拾了吧。*» (Эта пожилая женщина со своим товаром всегда появлялась во время, всегда кстати, как говорится, ковала железо, пока горячо, как будто ее мимоходом брали с собой) [浩, 2005].

Огонь символизирует переход в иной мир. Так, огонь погребальных костров метафорически интерпретируется в яньйюй *新官上任三把火* букв. *новый чиновник зажигает три огня, прежде чем приступить к исполнению своих обязанностей*, обр. *О том, что новый руководитель должен продемонстрировать свои способности подчиненным, прежде, чем начать руководить* [温, 2011]. (ср. *Не место красит человека, а человек — место, новая метла по-новому метет*).

Рассматриваемый яньйюй впервые был отмечен во времена эпохи Троецарствия. Полководец Чжугэ Лян трижды напал на войска Цао Цао за короткий промежуток

времени и трижды побеждал противника, трижды зажигали погребальные костры проигравшая сторона. В то время их назвали тремя кострами Чжугэ Лян (诸葛亮上任三把火), позже яньюй трансформировался в *新官上任三把火*.

Со временем не только форма, но и значение чэньюй изменилось, метафора фокусируется на необходимости показать подчиненным способности новому руководителю. Приведем пример из произведения Ша Тина 《在其香居茶馆里》 («В чайном домике Цисянджу»), в котором чэньюй используется в современном значении: “新县长的脾气又没有摸到, 叫他怎么办呢? 常言说, *新官上任三把火*, 又是闹起要整顿役政的, 谁知道他会发些什么猫儿毛病?” (Новый мэр округа снова вышел из себя, что же ему делать? Как говорит пословица, новая метла по-новому метет, и начал наводить порядок в администрации. Кто знает, какие проблемы у него возникнут?) [沙, 2003].

Огонь и в русской, и в китайской лингвокультуре рассматривался как испытание. Группа единиц, к которой относится метафора «огонь – испытание», малочисленная. Например, в китайском языке яньюй *真金不怕火炼* букв. *настоящее золото огня не боится*, обр. о человеке высоких моральных качеств, способного выдержать любые испытания [温, 2011].

Приведем пример из произведения современного китайского писателя 《艳阳天》 («Солнечный день»): «乌云遮不住太阳, *真金不怕火炼*, 东山坞永远会是太阳当空, 永远是我们人民的天下!» (Темные тучи не закроют солнце, любые испытания преодолимы, горная впадина всегда будет, высоко в небе виден солнечный свет, всегда будет наш мир» [浩, 2005]. Коннотация рассматриваемой фразеологической единицы положительная.

Рассматриваемый яньюй *真金不怕火炼* букв. *настоящее золото огня не боится* имеет частично эквивалентную пословицу в русском языке: *правда в огне не горит и в воде не тонет*. Приведем пример: *Казна, по пословице, на огне не горит и на воде не тонет; а мы и горим, и тонем* [Дмитриев, 1998].

С использованием количественного метода был построен график (см. рисунок) продуктивности рассмотренных групп пословиц и яньюй, содержащих лексему огонь.

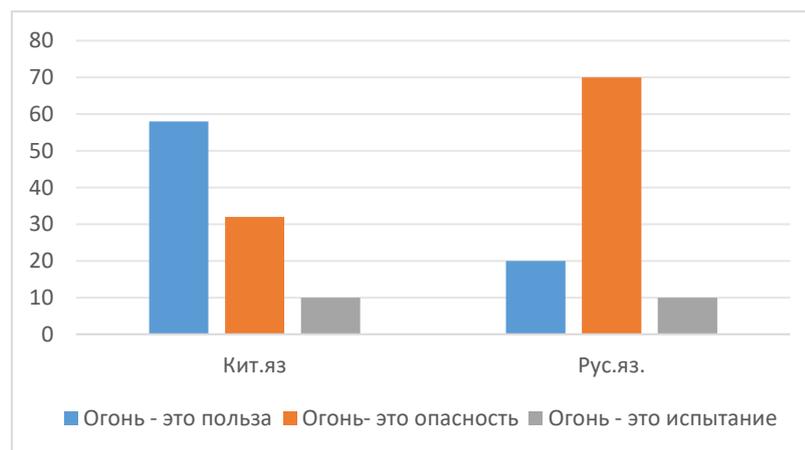


График распределения продуктивности метафорических групп в китайском и русском языках  
Chart of distribution of metaphorical groups productivity in the Chinese and Russian languages

Как отмечено на рисунке, распределение продуктивности рассматриваемых групп различается в китайском и русском языках. В русском языке большинство собранных пословиц входят в условную группу, объединенную общей метафорой «огонь – это опасность» (70 %), в то время как в китайском только 32 % яньюй принадлежит



к рассматриваемой группе. Единицы группы «огонь – это польза» преобладают в китайском языке (58 %), а в русском составили только 20 %. Пословицы и яньюй, входящие в группу «огонь – это испытание», составляют 10 % в каждой группе соответственно.

Перевес негативной метафоры в пословицах с компонентом «огонь» в русском языке обусловлен в первую очередь той опасностью, которую он несет: неконтролируемые пожары и потеря всего имущества. На Руси, как известно, многие строения были деревянными, и огонь быстро сжигал все дотла. Известны случаи, когда города после пожаров не восстанавливались. Так, городище X в., названное археологами Царский дворец, также безымянный город на реке Рать, у поселка Беседино в Курской области были покинуты людьми после произошедших пожаров. В китайском языке преобладание 谚语 (яньюй) с позитивной коннотацией в свою очередь обусловлено тем, что фокус метафоры смещен на полезные свойства огня: тепле очага, свете, применении в быту (в кузнице, при готовке и т. д.).

### Заключение

В процессе исследования было собрано 46 пословиц и яньюй (26 и 20 примеров, соответственно), которые содержат в своем составе компонент «огонь», одну из самых опасных стихий. Лексема «огонь» в китайском и русском языках может быть определена к числу лексем, обладающих средней фразеологической продуктивностью.

Пословицы в русском языке и яньюй в китайском распределены по группам «огонь – это польза», «огонь – это опасность», «огонь – это испытание», причём в китайском языке значительно преобладают единицы, принадлежащие группе «огонь – это польза», а в русском языке – «огонь – это опасность», что обусловлено особенностями исторического развития культуры.

Полученные в процессе работы результаты вносят определенный вклад в общую теорию языка, теорию фразеологии, лингвокультурологию и лексикографию. Предложенный к рассмотрению в статье вопрос национально-культурной специфики яньюй и пословиц представляется перспективным для исследования в русле антропоцентрической парадигмы с привлечением выборки пословиц из других языков. Привлечение фразеологических единиц и данных их контекстного употребления из других языков позволит ввести в научный оборот более полное описание возможных путей метафоризации компонента «огонь» с учетом религиозных верований, климатических условий и особенностей исторического развития.

### Список источников

- Асмолов А.Г. 2015. Белошвейка и белоручка. Сборник сказок. Дубна, ИП А. Г. Асмолов, 127 с.
- Ахманова О.С. 1966. Словарь лингвистических терминов. Под ред. М.В. Лазовой. Москва, Советская энциклопедия, 608 с.
- Большой Китайско-русский словарь. 2024. URL: <https://bkrs.info> (дата обращения: 20.09.2024).
- Даль В.И. 2000–2024. Пословицы русского народа. В 2 ч. Москва : Юрайт, URL: [https://dic.academic.ru/contents.nsf/dahl\\_proverbs/](https://dic.academic.ru/contents.nsf/dahl_proverbs/) (дата обращения: 20.09.2024).
- Дмитриев М.А. 1998. Главы из воспоминаний моей жизни. Под ред. Р.А. Рейтблата. Москва, Новое литературное обозрение, 752 с.
- Домбровский Ю.О. 1993. Факультет ненужных вещей. Т. 5. Собрание сочинений: В 6 т. Под ред. К. Турумовой-Домбровской. Москва, Терра. 701 с.
- Национальный корпус русского языка. 2003–2024. URL: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 20.09.2024).
- Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. 2024. Толковый словарь русского языка. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/ogegova/> (дата обращения: 20.09.2024).
- Серов В.В. 2004. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. Москва, Локид-Пресс, 877 с.
- Телия В.Н., Гудков Д.Б., Зыкова И.В., Ковшова М.В., Красных В.В., Захаренко И.В., Кабакова С.В., Брилева И.С. 2024. Большой фразеологический словарь русского языка: значение,

- употребление, культурологический комментарий. Под ред. В.Н. Телии. Москва, АСТ-Пресс, 784 с.
- Wen Duanzheng. 2011. Dictionary of Chinese Colloquialisms. Shanghai Dictionary Publishing House, 1137 p. (на китайском яз.)
- Li Xingjian. 2014. Modern Chinese standard dictionary. Foreign Language Teaching and Research Press, Chinese Language Press, 1774 p. (на кит. яз.)
- Xinhua Dictionary. 2024. Website: <http://xh.5156edu.com> (Date of visit: September 20, 2024) (на кит. яз.)
- Sun Hongde. 2011. Dictionary of Chinese colloquialisms. Commercial Press, p. 1041. (на китайском яз.)
- Xu Zongcai and Ying Junling. 2004. Colloquial Dictionary (revised edition). Commercial Press, p. 187 (на кит. яз.)
- Haoran. 2005. Sunny day. People's Literature Publishing, 1558 p. (на кит. яз.)
- Sardine. 2003. In its Xiangju teahouse. Zhejiang People's Publishing House (на кит. яз.)
- Shi Naian. 2018. Water Margin. Beijing. People's Literature Publishing House, 850 p. (на кит. яз.)
- Yao Xueyuan. 2010. Li Zicheng. People's Literature Publishing House, 299 p. (на кит. яз.)

### Список литературы

- Багана Ж., Яковлева Е.С., Глебова Я.А. 2022. Национально-культурные особенности фразеологических единиц с компонентом ворона (на материале четырех языков). *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание*, 21(6): 146–159. DOI: [10.15688/jvolsu2.2022.6.12](https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.6.12)
- Виноградов В.В. 1977. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. В кн.: Лексикология и лексикография. Избранные труды. Под ред. В.Г. Костомарова. Москва, Наука: 140–161.
- Войцехович И.В. 2007. Практическая фразеология современного китайского языка. Москва, АСТ, Восток-Запад, 509 с.
- Ковшова М.Л. 2016. Культурно-национальная спецификация фразеологизмов и вопросы экспликации их культурных смыслов. *Вопросы психолингвистики*, 4(30): 90–102.
- Маслова В.А. 2001. Лингвокультурология. Москва, Academia, 202 с.
- Телия В.Н. 1996. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва, Школа «Языки русской культуры», 288 с.
- Федуленкова Т Н, Адамия З К, Чабашвили М. 2014. Фразеологическое пространство национального словаря в сопоставительном аспекте. Москва. Академия естествознания, 139 с.
- Яковлева Е.С., Пэнбо Ч., 2021. Семантические особенности чэньюй с компонентами стихии и компонентами-зоонимами. *Вопросы журналистики, педагогики и языкознания*, 40(3): 404–412. DOI: [10.52575/2712-7451-2021-40-3-404-412](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2021-40-3-404-412)
- Zykova I. 2015. Theory and Methods of the Linguoculturological Study of Phraseology. *Przegląd Wschodnioeuropejski*, 6(1): 181–195.
- Li Huichao. 2019. Explore the symbolic meaning of animals in Russian-Chinese proverbs from the perspective of etymology. *Modern communication*, p. 72-73 (на китайском яз.)
- Li Qingjie. 2018. Analysis and research on Russian-Chinese colloquialisms and Proverbs with time significance, *Journal of Cultural Studies*, Pp. 182-184 (на китайском яз.)
- Ma Guofan. 1978. Idioms. Inner Mongolia, Inner Mongolia People's Publishing House, 618 p. (на кит. яз.)
- Wu Yao. 2021. Analysis of the world picture of Russian-Chinese proverbs and colloquial languages with national cultural colors, Master's degree thesis of Liaoning Normal University, p. 51. (на кит. яз.)

### References

- Baghana J., Iakovleva E.S., Glebova Ya.A. 2022. Semantic Features of Idioms, Which Contain Lexeme Crow as the Main Component. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 21(6): 146–159 (in Russian). DOI: [10.15688/jvolsu2.2022.6.12](https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.6.12)
- Vinogradov V.V. 1977. Ob osnovnykh tipakh frazeologicheskikh edinit v russkom yazyke [On the main types of phraseological units in the Russian language]. In: *Leksikologiya i leksikografiya. Izbrannye Trudy [Lexicology and lexicography. Selected works]*. Ed. V.G. Kostomarov. Moscow, Publ. Nauka: 140–161.
- Voitsekhovich I.V. 2007. Prakticheskaya frazeologiya sovremennogo kitaiskogo yazyka [Practical phraseology of the modern Chinese language]. Moscow, Publ. АСТ, Vostok-Zapad, 509 p.



- Kovshova M.L. 2016. Cultural and national specificity of phraseological units and explication of their cultural meanings. *Journal of Psycholinguistics*, 4(30): 90–102 (in Russian).
- Maslova V.A. 2001. *Lingvokul'turologiya* [Linguoculturology]. Moscow, Publ. Academia, 202 p.
- Teliya V.N. 1996. *Russkaya frazeologiya. Semanticheskiy, pragmaticheskiy i lingvokul'turologicheskiy aspekty* [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguoculturological aspects]. Moscow, Publ. Shkola "Yazyki russkoy kul'tury", 288 p.
- Fedulenkova T N, Adamija Z K, Chabashvili M. 2014. *Frazeologicheskoe prostranstvo nacional'nogo slovarja v sopostavitel'nom aspekte* [Phraseological space of the national dictionary in a comparative aspect]. Moscow, Akademija estestvoznaniya, 139 p.
- Iakovleva E.S., Pengbo Z., 2021. Semantic Features of Chengyu, which Contains Components of Elements and Animals. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 40 (3): 404–412 (in Russian). DOI: [10.52575/2712-7451-2021-40-3-404-412](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2021-40-3-404-412)
- Zykova I. 2015. Theory and Methods of the Linguoculturological Study of Phraseology. *East European Review*, 6(1): 181–195 (in Poland).
- Li Huichao. 2019. Explore the symbolic meaning of animals in Russian-Chinese proverbs from the perspective of etymology. *Modern communication*, p. 72-73 (in Chinese).
- Li Qingjie. 2018. Analysis and research on Russian-Chinese colloquialisms and Proverbs with time significance, *Journal of Cultural Studies*, Pp. 182-184 (in Chinese)
- Ma Guofan. 1978. *Idioms. Inner Mongolia*, Inner Mongolia People's Publishing House, 618 p. (in Chinese).
- Wu Yao. 2021. Analysis of the world picture of Russian-Chinese proverbs and colloquial languages with national cultural colors, Master's degree thesis of Liaoning Normal University, p. 51. (in Chinese).

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 09.01.2025

Received January 09, 2025

Поступила после рецензирования 28.01.2025

Revised January 28, 2025

Принята к публикации 10.03.2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Пэнбо Чжао**, кандидат филологических наук, старший преподаватель института китайского языка и китаеведения, Хэнаньский университет, г. Кайфэн, КНР.

**Zhao Pengbo**, Candidate of Philological Sciences, Senior lecturer at The International school for Chinese language and Culture (ISCLC), Henan University, Kaifeng, China.

**Яковлева Елена Сергеевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры второго иностранного языка института межкультурной коммуникации и международных отношений, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

**Elena S. Iakovleva**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of the Second Foreign Language, the Institute of Intercultural Communication and International Relations, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

**Булнина Ксения Сергеевна**, студент института межкультурной коммуникации и международных отношений, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

**Kseniia S. Bunina**, student of the Institute of Intercultural Relations and International Relations, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

УДК 821.111

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-211-220

## Реализация лингвопсихологического типа «плут» в цикле произведений П.Г. Вудхауса

Пойменова А.С.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85

[lukhanina\\_a@bsuedu.ru](mailto:lukhanina_a@bsuedu.ru)

**Аннотация.** Лингвопсихологический тип «плут» в контексте литературной традиции изображения плутоватого слуги служит отражением социальных и культурных реалий своего времени. Несмотря на наличие публикаций по проблематике образа плутоватого слуги в литературе, отсутствуют исследования по изучению специфики данного образа как одного из способов реализации лингвопсихологического типа «плут». Целью данного исследования является сопоставительный анализ характерных черт образа дворецкого Дживса из цикла произведений П.Г. Вудхауса как представителя лингвопсихологического типа «плут» с типичными характеристиками образа плутоватого слуги в литературе. В результате исследования сделаны выводы, что Дживс является ярким примером лингвопсихологического типа «плут» и тропа плутоватого слуги, характеристики которого включают хитрость, верность, интеллектуальное превосходство, способность к планированию и предугадыванию событий, готовность нарушить правила, мастерство перевоплощения, извлечение собственной выгоды. Полученные результаты вносят вклад в развитие теории лингвопсихологического типа «плут».

**Ключевые слова:** лингвопсихологический тип, плут, трикстер, троп «плутоватый слуга», английская литература, юмор

**Для цитирования:** Пойменова А.С. 2025. Реализация лингвопсихологического типа «плут» в цикле произведений П.Г. Вудхауса. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 211–220. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-211-220

---

## Explication of the Linguo-Psychological Type "Rogue" in the Book Series by P.G. Wodehouse

Alisa S. Poimenova

Belgorod State National Research University,  
85 Pobedy St, Belgorod 308015, Russia

[lukhanina\\_a@bsuedu.ru](mailto:lukhanina_a@bsuedu.ru)

**Abstract.** The linguo-psychological type "rogue" in the context of the literary tradition of depicting a roguish servant occupies an important place in culture and reflects the social and cultural realities of its time. Despite the availability of publications on the image of a roguish servant in literature, there are no studies on the specifics of this image as one of the ways to implement the linguistic and psychological type of "rogue". The purpose of this study is a comparative analysis of the characteristic features of the image of butler Jeeves from the cycle of works by P.G. Wodehouse as a representative of the linguistic and psychological type of "rogue" with typical characteristics of the image of a roguish servant in literature. The study allows a conclusion that Jeeves is a prime example of the linguistic and psychological type of "rogue" and the trope of the roguish servant, whose characteristics include cunning, loyalty, intellectual superiority, the ability to plan and anticipate events, willingness to break the rules, mastery of



transformation, and self-interest. The obtained results contribute to the development of the theory of the linguo-psychological type of "rogue".

**Keywords:** linguo-psychological type, rogue, trickster, trope "the roguish servant", English literature, humor

**For citation:** Poimenova A.S. 2025. Explication of the Linguo-Psychological Type "Rogue" in the Book Series by P.G. Wodehouse. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 211–220 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-211-220

## Введение

Образ плутоватого слуги является устойчивым архетипом в мировой литературе и искусстве, привлекая внимание исследователей своей многогранностью и разнообразием интерпретаций. Одним из наиболее ярких примеров такого персонажа является камердинер Реджинальд Дживс из комедийного цикла П.Г. Вудхауса. Изучение данного образа позволяет рассмотреть особенности реализации лингвопсихологического типа «плут» и связанного с ним тропа «плутоватый слуга».

Термин «лингвопсихологический тип» был введен И.В. Чекулаем и О.Н. Прохоровой и обозначает комбинацию индивидуальных психологических характеристик личности и его лингвистического потенциала [Чекулай, Прохорова, 2011, с. 213]. Данный термин отличается от понятия «лингвокультурный типаж», введенного в научный оборот В.И. Карасиком, который определил данное явление как «узнаваемые образы представителей определенной культуры, совокупность которых и составляет культуру того или иного общества» [Карасик, 2009, с. 179]. В отличие от лингвокультурных типажей, акцентирующих внимание на лингвокультурологической значимости типизируемой личности, лингвопсихологический тип фокусируется на психологических аспектах.

Работы исследователей, таких как Н. Которн [Cawthorne, 2013], Н. Мёрфи и С. Фрай [Murphy, Fry, 2015], затрагивают общие вопросы комизма и характерологии Вудхауса, но не уделяют должного внимания лингвистическим и психологическим аспектам, формирующим образ Дживса как плута. Примеры плутоватых слуг в мировой литературе рассматривались в работах М. Бахтина [1975]; в трудах Г.Н. Бояджиева [1972] описаны плутоватые слуги во французской литературе. М. Молодцова [1990] исследовала данный вопрос на примере комедии дель-арте, Б.А. Гиленсон [2002] писал о зарождении тропа плутоватых слуг в античной литературе. Т.В. Бондаренко [2009] рассматривает роль слуг в английской литературе, среди которых упоминается и Дживс, однако анализирует его с точки зрения лингвокультурного типажа «английский дворецкий» без привязки к лингвопсихологическому типу «плут». Несмотря на значительное количество работ, посвященных тропу «плутоватый слуга» в мировой литературе, образ Дживса как воплощения архетипа «плут» остается недостаточно изученным.

Цель данного исследования заключается в выявлении особенностей лингвистических и психологических характеристик образа Дживса, при помощи которых реализуется лингвопсихологический тип «плут» и троп «плутоватый слуга».

В первом разделе проанализирована история развития образа плутоватого слуги в мировой литературе, что позволило выделить основные характеристики данного образа, повторяющиеся в различных произведениях культуры. Во втором разделе сообщается основная информация о цикле произведений П.Г. Вудхауса и обосновывается выбор образа Дживса в качестве объекта исследования. В третьем разделе в результате анализа фактического материала выделяются лингвистические и психологические характеристики образа Дживса, после чего происходит их сравнение с особенностями тропа «плутоватый слуга» и архетипом трикстера.

## Генезис образа плутоватого слуги в мировой литературе

Троп «плутоватый слуга», появляется не только в плутовских романах. Образ «плута» имеет глубокие корни в мировой культуре и литературе, начиная от фольклорных сказок и заканчивая произведениями классиков. Для того, чтобы выяснить, насколько поведение Дживса соответствует устоявшейся литературной традиции плутоватых слуг, необходимо выделить основные характеристики данного тропа.

Согласно мнению Б.А. Гиленсона, у истоков традиции изображения в литературе плутоватого слуги стоит Тит Макций Плавт. В его комедиях появляется преданный хозяину раб, готовый самоотверженно помочь своему господину. Например, в комедии «Псевдол» (в другом переводе «Раб-обманщик») (191 г. до н.э.) раб Псевдол (имя переводится как «обманщик») не только сумел забрать возлюбленную хозяина Калидора у сводника, но и получить деньги [Гиленсон, 2002].

М.М. Бахтин писал: «Слуга – это особая воплощенная точка зрения на мир частной жизни, без которой литература частной жизни не могла обойтись» [Бахтин, 1975, с. 276]. По мнению М.М. Бахтина, плут проходит через все бытовые детали наблюдателем, он «вечный “третий” в частной жизни господ» [Бахтин, 1975, с. 276]. К классическим плутовским романам, эксплуатирующим образ слуги, М.М. Бахтин относит «Ласарильо с Тормеса» (1554) и «Историю Жиль Бласа из Сантьяны» (1735). В прочих поджанрах романа фигура слуги «отходит на второй план, но значение его все же сохраняется» [Бахтин, 1975, с. 276].

В романе «Хитроумный идадьго Дон Кихот Ламанчский» (1605–1615) Мигель де Сервантес создает образ оруженосца Санчо Панса. Если сравнивать Дон Кихота и Санчо Панса, в них можно найти схожие черты, например, наивность, мечтательность и чудаковатость. В то же время, по сравнению с абсолютно доверчивым Дон Кихотом, Санчо балансирует на грани между глупостью и хитростью. По мнению Д.С. Мережковского, Дон Кихот ценит своего верного и преданного оруженосца за «дерзкий юмор, неиссякаемое остроумие, положительный, практический ум – те именно свойства, которых недостает рыцарю» [Мережковский, 1889].

Во французской и итальянской комедии примером плутоватого слуги стал Скапен (фр. Scapin), который появляется в комедии Мольера «Проделки Скапена» (1671). Кроме ума, энергии, знания жизни, оптимизма, этот персонаж, которого пятидесятилетний Мольер сам сыграл на сцене, действовал как разумный человек рядом с глупцами: «Победы Скапена были особенно блистательны потому, что он был талантливейшим артистом, выдумщиком, острословом, нес в себе сакраментальный *vis comica*, унаследованный от далеких предков, зачинателей дерзкой и веселой плеяды театральных слуг – знаменитых *дзани* комедии *дель арте*» [Бояджиев, 1972].

Примерно к середине XVII в. неотъемлемой частью комедий *дель арте* становятся маски «дзанни». Это буффонные образы слуг, часто противопоставляемые маскам стариков [Молодцова, 1990]. Одним из известнейших примеров *дзанни* является Арлекин. В комедии «Слуга двух господ» (1749) Карло Гольдони создает образ Труффальдино, основываясь на сложившегося в венецианской традиции образа Арлекина. Получив сразу два предложения стать слугой, Труффальдино идет на службу к обоим господам, и, несмотря на разоблачение, в конце они награждают его. В Труффальдино сочетаются свойства двух разных *дзанни*: умника и простофили. С точки зрения своих нанимателей, Труффальдино по-прежнему является дураком, но зритель видит его плутовскую природу. В предисловии автор подчеркивает, что Труффальдино глуп, если только на него неожиданно сваливаются ситуации, к распутыванию которых он социально не созрел, «но он становится весьма проникательным, когда его подстегивают заинтересованность и хитрость, в этом сказывается его истинно крестьянский характер» [цит. по Молодцова, 1990, с. 102–103].

Пьер Огюстен Карон де Бомарше развивает другую маску, лжеца Бригеллы, для создания образа плута-слуги Фигаро в комедиях «Севильский цирюльник» (1775),



«Безумный день, или Женитьба Фигаро» (1784) и драме «Виновная мать, или Второй Тартюф» (1792). В «Сдержанном письме о провале и критике “Севильского цирюльника”» (1775) автор отмечает, что Фигаро является остроумным и талантливым «мастером на все руки»: «Проживая в Севилье, он с успехом брил бороды, сочинял романсы и устраивал браки, с одинаковым успехом владел и ланцетом хирурга, и аптекарским пестиком, являл собой грозу мужей и любимчика жен» [Бомарше, 1971].

Продолжая традицию изображения сообразительного слуги, Чарльз Диккенс в романе «Посмертные записки Пиквикского клуба» (1836–1837) создает образы пожилого, наивного джентльмена Сэмюэла Пиквика и его хитрого слуги кокни Сэма Уэллера. Как и в дуэте Санчо Панса и Дон Кихота, слуги являются более трезвомыслящими по сравнению с хозяевами.

Согласно литературной традиции, плутоватый слуга интеллектуально или по жизненному опыту превосходит своего хозяина, происходит из низшего сословия, а его хваткость является скорее крестьянской, даже наивной хитростью, а не результатом большого ума. Плутватый слуга помогает хозяину, при этом преследуя собственные цели. Частым мотивом является не только помощь своему нанимателю, но и сводничество.

Как замечает Т.В. Бонадренко в диссертации, посвящённой лингвокультурному типу британского дворецкого, «на смену глупым, необразованным слугам, занимающим неопределённое, пограничное положение, которых воспринимали как часть интерьера поместья, пришел новый тип – ловкий, всезнающий и всеведущий мудрец, преданно служащий, но не прислуживающий работодателю» [Бондаренко, 2009, с. 50]. Именно таким слугой является камердинер Дживс.

### **Литературно-художественные особенности цикла произведений П.Г. Вудхауса о Дживсе и Вустере**

Пелам Гренвилл Вудхаус (в некоторых переводах фамилия автора переводится Вудхауз, англ. Pelham Grenville Wodehouse) – английский писатель и драматург, работавший преимущественно в комедийном жанре. В первую очередь он известен благодаря созданию таких ярких персонажей, как слуга-интеллектуал Дживс, бесхарактерный бездельник-аристократ Берти Вустер, детектив-неудачник Маллинер, великосветский бездельник Руперт Псмит.

Кроме Дживса, в цикле о Дживсе и Вустере упоминаются другие слуги: повара, горничные, камердинеры и дворецкие. В качестве антипода безукоризненного Дживса выступает его временная замена Бринкли в романе «Thank You, Jeeves» («Дживс, вы гений!»), который не только плохо выполнял свои обязанности и употреблял алкоголь, но и чуть не зарезал Вустера, измазанного ваксой, приняв его за представителя нечистой силы.

В цикле о Дживсе и Вустере упоминается общество камердинеров и дворецких «Подсобник Ганимед», который аналогичен обществу бездельников-аристократов «Трутни», завсегдатаем которого является Вустер. В клубе слуг есть книга, в которой описаны секреты хозяев, которым служили члены клуба, что в контексте данного цикла выделяет слуг в отдельное общество со своими правилами и привилегиями.

Цикл произведений, посвященный Дживсу и Вустеру, состоит из 11 романов и 35 рассказов. Согласно подавляющему большинству сюжетов, представитель «золотой молодежи» Бертрам Вустер попадает в неприятные или смешные ситуации либо по собственной глупости, либо желая помочь многочисленным друзьям и родственникам. Он сострадатель и внушаем, поэтому окружающим легко удается его убедить, что помощь Вустера им жизненно необходима, и он не способен отказать. Он следует своему пониманию рыцарского кодекса, что сближает его с Дон Кихотом. Как метко характеризует его Дживс в романе «Дживс, вы – гений!», Вустер «не семи пядей во лбу, но сердце у него золотое» [Вудхауз, 2005] – «mentally somewhat negligible, but he has a heart of gold» [Wodehouse, 2023].

Первое появление Дживса состоялось в рассказе «На выручку юному Гасси» (1915), последнее – почти спустя 60 лет в романе «Тетки не джентльмены» (1974) [Murphy, Fry, 2015, p. 133]. В оксфордском словаре английского языка есть запись, что существительное «Дживс» используется с 1952 года в переносном значении для обозначения камердинера [Jeeves, 2024].

### Образ камердинера Дживса как представителя лингвопсихологического типа «плут»

По мнению культуролога Карла Кереньи, архетип трикстера послужил первоосновой для образа плута: «Фигура Трикстера представляет собой вневременной прообраз, корень всех плутовских созданий мировой литературы, охватывающий все времена и культуры» [Кереньи, 1999, с. 245]. Поэтому, описывая обобщенный образ плута, мы будем упоминать критерии, определяющие трикстера.

Одной из черт трикстера является **ламинальность (пороговость, пограничность)**. Он может находиться на грани между миром преступников и добропорядочных людей, слуг и господ. Дживс является камердинером, то есть он выше по положению, чем многие слуги, но к господам его отнести нельзя: «Jeeves, of course, is a gentleman's gentleman, not a butler, but if the call comes, he can buttle with the best of them» [Wodehouse, 2019]. – «Разумеется, Дживс не дворецкий, а камердинер, но, если случится нужда, он любого дворецкого за пояс заткнет» [Вудхаус, 2022, с. 4].

По мнению Д.А. Гаврилова, трикстер – «господин многих искусств, мастер на все руки, иногда спутник культурного героя или сам культурный герой, его проводник, или его тень, тот, кто проверяет претензии героя на Силу и Власть» [Гаврилов, 2006, с. 361]. Если принимать Бертрама за культурного героя с его героическими принципами и стремлением помочь каждому, то Дживс действительно начинает восприниматься как его оруженосец и **советник**. В некоторых произведениях друзья и знакомые Вустера зовут его только для того, чтобы пообщаться с Дживсом, и камердинер парадоксально пользуется большим уважением, чем его наниматель: «I said, for I knew how wide his consulting practice was. Put it up to Jeeves' is so much the slogan in my circle of acquaintance that it might be that even Sir Roderick Glossop, finding himself on a sticky wicket, had decided to place his affairs in his hands. Jeeves is like Sherlock Holmes» [Wodehouse, 2008, p. 13]. – «Я ведь знал, какая у него широкая практика консультанта по всем вопросам. “Посоветуйтесь с Дживсом” – самый распространенный лозунг в среде моих знакомых, возможно, что и сэр Родерик Глоссоп, попав в переplet, решил обратиться со своими трудностями к нему. Дживс, он как Шерлок Холмс, к нему приходят за помощью даже члены самого высшего общества» [Вудхаус, 2023, с. 327].

Как и трикстер, плут часто нарушает устоявшийся порядок и привносит элемент хаоса. С одной стороны, эта характеристика не подходит Дживсу, поскольку одним своим появлением он, наоборот, вносит упорядоченность в созданный Берти хаос. Данная черта подчеркивает связь Дживса с устоявшимся лингвокультурным типажом английского слуги: «He is a fellow who likes to do things in their proper order» [Wodehouse, 2023, p. 298]. – «Дживс любит во всем последовательность и порядок» [Вудхаус, 2005, с. 201]. Эта черта мало свойственна плутоватым слугам, которые, как Труффальдино, только вызывают хаос.

Он ходит бесшумно, незаметно появляясь и исчезая. С одной стороны, он идеальный слуга, которого не видно и не слышно, когда он не нужен; с другой – он ловок и тих как умелый вор. Появления и исчезновения Дживса юмористически описываются как проявления сверхъестественного, что сближает его с мифологической традицией архетипа трикстера: «One of the rummy things about Jeeves is that, unless you watch like a hawk, you very seldom see him come into a room. He's like one of those weird birds in India who dissolve themselves into thin air and nip through space in a sort of disembodied way and assemble the parts again just where they want them» [Wodehouse, 2021, p. 32]. – «Есть у него такая особенность:



вы должны наблюдать за ним, как ястреб, иначе не заметите, как он входит в комнату. Он вроде тех загадочных индусов, которые вдруг растворяются в воздухе прямо у вас на глазах, перемещаются в таком вот разобранном виде в пространстве, а потом снова собирают себя по частям, где им надо» [Вудхаус, 2023, с. 31]. Когда в романе «Премного благодарен, Дживс», Вустер узнает, что Дживса зовут Реджинальд, он удивляется, что у него «вообще есть имя»: «Hullo, Reggie,' he said, and I froze in my chair, stunned by the revelation that Jeeves's first name was Reginald. It had never occurred to me before that he had a first name» [Wodehouse, 2008, p. 38].

По мнению Д.А. Гаврилова, трикстер (а вслед за ним и плут) **склонен к переодеванию**, в том числе он склонен к визуальному изменению пола [Гаврилов, 2006, с. 361]. За время приключений Дживса и Вустера, они не раз переодевались или притворялись другими людьми. В произведении «Stiff upper lip, Jeeves» («Держим удар, Дживс»), например, Дживс представлялся инспектором Скотланд-Ярда «арестовывая» Вустера. В единственном рассказе, в котором не появляется Вустер, «Ring for Jeeves» («Кольцо для Дживса»), Дживс выступает в роли клерка букмекерской конторы и носит накладные усы и клетчатые костюмы.

Плутовские черты раскрываются в Дживсе через его **криминальные наклонности**. Он знает, как украсть картину или собаку и даже может прибегнуть к физическому насилию. Так, в рассказе «The Inferiority Complex of Old Sippy» («Комплекс неполноценности старины Сиппи») Дживс ударил сзади по голове мистера Сипперли клюшкой, объяснив пострадавшему, что на него упала ваза (та ваза, от которой Дживсу хотелось избавиться, то есть он решает две проблемы одновременно). Также в рассказе «Jeeves Makes an Omelette» («Дживс готовит омлет») он с одобрения тети Далии приводит Вустера ударом в бессознательное состояние, что ему в итоге прощается. В рассказе «Without the Option» («Без замены штрафом») он подговаривает своего родственника-полицейского некоторое время донимать пожилую женщину, чтобы у неё выработалась стойкая неприязнь к полицейским. А в рассказе «Jeeves and the Hard-Boiled Egg» («Дживс и порядочная жила») он буквально посадил человека, предложив нетрезвому герою в качестве пари ударить полицейского.

Но намного более яркой чертой, чем смена облика или притворство, для Дживса является его чувство стиля. Оно не присуще плутоватым слугам и отличает именно Дживса как литературного персонажа среди множества других подобных образов. Гардероб своих нанимателей он блюдет безукоризненно, и аляповатые предметы, которые нравятся Берти, часто являются причиной из размолвки и ссоры. Для плутоватого слуги характерно получение награды за хитрость и изобретательность, и Дживс, как персонаж комический, предпочитает получить её в эстетическом эквиваленте, избавившись от неприятных ему предметов.

Одной из главных характеристик плута является его хитрость. Интеллектуальное превосходство Дживса очевидно и признается и самим Берти Вустером, и многими другими персонажами: «There is something dashed insidious about Jeeves. Time and again since we first came together he has stunned me with some apparently drivelling suggestion or scheme or ruse or plan of campaign, and after about five minutes has convinced me that it is not only sound but fruity» [Wodehouse, 2021, p. 156]. – «Все-таки Дживс – удивительный хитрец. Со дня нашего знакомства он вновь и вновь поражал меня, предлагая очередной идиотский план, проект или программу действий, а буквально через пять минут умудрялся убедить меня, что его замысел не только реальный, но и эффективный» [Вудхаус, 2023, с. 286]. Вустер часто называется его гением, и говорит, что он «находчивый» (resourceful) [Wodehouse, 2019]. В рассказе «Bertie Changes his Mind» («Берти меняет точку зрения»), в котором нам удается взглянуть на события с точки зрения Дживса, он объяснил секрет своей профессии и свой девиз как «Resource and Tact» [Wodehouse, 2021, p. 228] («Изобретательность и такт») [Вудхаус, 2023, с. 189].

Как и многие плутоватые слуги, Дживс – манипулятор. Свои успехи Дживс объясняет «знанием психологии индивидуума» (sound grip on the psychology of the individual). В рассказе «Дживс и незванный гость» Вустер утверждает, что не будет «рабом своего слуги», но размышляет он об этом в контексте своего гардероба, не желая признавать, что полностью зависим от камердинера: «You see, the way things had been going on I was rapidly becoming a dashed serf. The man had jolly well oppressed me» [Wodehouse, 2021, p. 46]. – «Видите ли, все шло к тому, что еще чуть-чуть – и я превращусь в жалкого раба. Этот человек все-таки ужасно меня подавляет» [Вудхаус, 2023, с. 139]. То, что персонаж является интриганом и диктатором, признает и сам Вустер, называя его «domestic Mussolini» («домашний Муссолини») [Вудхаус, 2005, с. 15].

Дживс обладает способностью к планированию и предвидению событий. Иногда Дживсу приходится брать в расчет, что Вустер пытается доказать, что он способен справляться с проблемами самостоятельно, что приводит к неминуемому провалу: «I was conscious of a thrill of thankfulness for Jeeves's prescience, if prescience is the word I want» [Wodehouse, 2019]. – «Как я был благодарен Дживсу за его предусмотрительность!» [Вудхаус, 2021, с. 276]. В отличие от традиционного положения плутоватых слуг, занимающихся устройством брака хозяина и сводничеством, он, напротив, расстраивает помолвку Барты, аргументируя это тем, что они не подходят друг другу. С этим доводом соглашается и сам Бертти, но данное действие идет в разрез с традиционным сюжетом подобных комедий. Тем не менее на протяжении серии дуэту Дживса и Вустера приходится сводить немало влюбленных: «It's a French expression meaning, I believe, though I would have to check with Jeeves, a calm kindly man of the world who intervenes when a rift has occurred between two loving hearts and brings them together again» [Wodehouse, 1963, p. 22]. – «Это французский термин, которым называют, по-моему, – впрочем, это надо уточнить у Дживса – уравновешенного, доброжелательного, светского человека, который вступает в дело, когда в отношениях между двумя любящими сердцами возникает трещина, и ликвидирует эту трещину» [Вудхаус, 2022, с. 30].

Н. Мерфи выделяет среди важнейших черт Дживса его **всезнание** (omniscience) [Murphy, Fry, 2015, p. 133]. В полуавтобиографической книге 1953 года, написанной совместно с Гаем Болтоном, «Введите девушек!» (1953), Вудхаус сообщил, что персонаж Дживса был вдохновлен настоящим дворецким по имени Юджин Робинсон, которого он бы описал как «ходячая британская энциклопедия». Таким образом, одним из образующих качеств Дживса стал его **интеллект и кругозор** [Cawthorne, 2013, p. 169]. Почти в каждом произведении Вустер, выпускник Оксфорда, обращается к Дживсу, чтобы тот подсказал ему точную цитату.

Согласно другой версии, идея о создании Дживса пришла Вудхаусу после прочтения комедийного романа Г.Д. Уилсона «Ruggles of Red Gap» (1914), в которой американец выиграл в покер камердинера у английского графа. В письме, написанном в 1965 году, Вудхаус писал, «Я чувствовал, что английский камердинер никогда бы не отнесся так покорно к тому, что его передали американцу в уплату покерного долга. Я подумал, что он упустил достоинство парня. Я думаю, именно тогда идея Дживса пришла мне в голову» [цит. по Murphy, Fry, 2015, p. 132–133]. Обратим внимание, что одним из слов, определяющих идею образа Дживса, является **достоинство** (dignity).

Дживс является носителем многих британских стереотипов и ценностей. Лингвокультурный типаж «английский дворецкий» является знаковым концептом британской национальной картины мира. Он символизирует основные ценности британского общества, такие как частная жизнь, достоинство, джентльменство и сдержанность. Выражение «stiff upper lip» (исключительная собранность, способность сдерживать свои эмоции) является важной характеристикой в стереотипном представлении англичан, в частности, британских дворецких [Бондаренко, 2009, с. 30]. Не зря один из романов называется «Stiff upper lip, Jeeves» (в переводе «Держим удар, Дживс!»).



Главной чертой, характеризующей Дживса как стереотипного камердинера, является полное **отсутствие эмоций** или, по крайней мере, неумение их выразить: «Jeeves smiled paternally, or, rather, he had a kind of paternal muscular spasm about the mouth, which is the nearest he ever gets to smiling» [Wodehouse, 2021, p. 45]. – «Дживс отечески улыбнулся. Вернее, произвел сокращение лицевых мышц, которое у него означает улыбку» [Вудхаус, 2023, с. 50]. Когда в повести «Дживс – вы гений!» Дживс объясняет свой план американцу, становится очевидна разница менталитетов, поскольку американского предпринимателя раздражает многословность Дживса, да и Вустеру требуется время, чтобы понять смысл высказывания: «It's never easy to translate what Jeeves says into basic English...» [Wodehouse, 2019]. – «Как правило, высказывания Дживса с трудом переводятся на общеупотребительный английский язык...» [Вудхаус, 2022, с. 25]. Комизм ситуации доведен до такой степени, что Вустеру приходится переводить: «'The scheme I would suggest cannot fail of success, but it has what may seem to you a drawback, sir, in that it requires a certain financial outlay.' – 'He means,' I translated to Corky, 'that he has got a pippin of an idea, but it's going to cost a bit.'» [Wodehouse, 2021, p. 33]. – «Плану, который я хотел бы предложить, сэр, гарантирован успех, однако не исключаю, что вы можете найти в нем изъян: он потребует некоторых финансовых вложений. – У Дживса есть гениальная идея, – объяснил я Корки, – но потребуются деньги» [Вудхаус, 2023, с. 34]. Обратим внимание на контраст официально-делового стиля дворецкого (financial outlay) и неформальный характер речи его нанимателя (pippin of an idea).

Что касается **верности** нанимателю, на протяжении цикла Дживс несколько раз был уволен или уходил к другому нанимателю, однако в конце произведения возвращался на службу Вустеру: «He and the young master may have had differences about Alpine hats with pink feathers in them, but when he sees the y.m. on the receiving end of the slings and arrows of outrageous fortune, he sinks his dudgeon and comes through with the feudal spirit at its best» [Wodehouse, 2019]. – «Разумеется, он может расходиться со своим молодым господином во взглядах на голубые тирольские шляпы, украшенные розовыми перьями. Но когда он видит, как разъяренная судьба принимается метать в его господина камни и стрелы, то хоронит свои обиды и воскрешает доблестный дух преданного вассала» [Вудхаус, 2021, с. 33].

Дживс всегда приходит на помощь, однако для создания напряжения в произведениях, он не всегда сразу вступает в игру. Сначала Берти разрабатывает план самостоятельно или же отказывается спрашивать у Дживса совет из-за временных разногласий или стремления к самостоятельности, но в итоге ситуацию разрешает именно Дживс.

### Заключение

Допуская, что трикстер является культурным предшественником плута, отметим, что к трикстерским чертам Дживса относятся: ламинальность (пороговость, пограничность), роль советника, всезнание (omniscience), способность к маскировке и переодеванию. Главной чертой, не вписывающейся в архетип трикстера, является стремление Дживса к порядку, наведение упорядоченности в хаотичной жизни нанимателя.

С точки зрения реализации лингвопсихологического образа «плут», данному персонажу свойственны такие черты, как хитрость, способность к манипуляции и интригам, предусмотрительность, знание способов безнаказанно обойти закон и использование их на практике, глубокое знание человеческого характера.

К характеристикам тропа «плутоватый слуга», реализованным в образе Дживса, стоит отнести постоянную роль советника, верность и способность необычно решать проблемы нанимателя. В конце успешной интриги он, как и многие плутоватые слуги, получает свою награду. Однако, если в многочисленных комедиях плутоватые слуги устраивали брак или свидание своих хозяев, то Дживс, напротив, помогает Вустеру избегать брака и является сводником для других персонажей. Будучи английским камердинером, Дживс проявляет

такие черты английского национального характера, как достоинство (dignity) и сдержанность в проявлении эмоций (stiff upper lip). Манеры Дживса безукоризненны, он «джентльмен джентльмена». Эрудированность и безупречное чувство стиля не относятся к характеристикам вышеперечисленных образов и тропов, однако являются важной частью характера Дживса как литературного персонажа, дополняющими его индивидуальный образ. По нашему мнению, персонаж цикла П.Г. Вудхауса Дживс соответствует литературной традиции плутоватого слуги и является примером лингвопсихологического типа «плут».

#### Список источников

- Бомарше П.О.К. де. 1771. Драматические произведения. Мемуары. Пер. с французского Л. Зониной, Н. Любимова. Москва, Художественная литература, 543 с.
- Вудхауз П.Г. 2005. Дживс и Вустер - 12. Дживс, вы – гений! Пер. с англ. Ю. Жуковой. Москва, ЭКСМО, 254 с. (Wodehouse P.G. 1934. Thank You, Jeeves! London, Herbert Jenkins, 312 p.)
- Вудхауз П.Г. 2021. Этот неподражаемый Дживс! Пер. с англ. А.Н. Балясникова. Москва, АСТ, 320 с. (Wodehouse P.G. 1923. The Inimitable Jeeves! Herbert Jenkins (UK))
- Вудхауз П.Г. 2022. Держим удар, Дживс! Пер. с англ. И.В. Шевченко. Москва, ЭКСМО, 256 с. (Wodehouse P.G. 1963. Stiff Upper Lip, Jeeves! Herbert Jenkins (UK), 190 p.)
- Вудхауз П.Г. 2023. Так держать, Дживс! Сборник. Москва, ЭКСМО, 340 с. (Wodehouse P.G. 1925. Carry On, Jeeves! Herbert Jenkins (UK), 256 p.)
- Jeeves. 2024. Oxford Dictionary. URL: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=jeeves> (accessed: July 07, 2024)
- Wodehouse P.G. 1963. Stiff Upper Lip, Jeeves! Herbert Jenkins, 190 p.
- Wodehouse P.G. 2006. My Man Jeeves. Everyman, 192 p.
- Wodehouse P.G. 2008. Plum Pie. New York, Overlook Press, 256 p.
- Wodehouse P.G. 2019. The Inimitable Jeeves. The Project Gutenberg eBook. URL: <https://www.gutenberg.org/cache/epub/59254/pg59254-images.html> (accessed: July 07, 2024)
- Wodehouse P.G. 2021. Carry on, Jeeves. Martino FINE Books, 258 p.
- Wodehouse P.G. 2023. Thank You, Jeeves. Penguin Books, 380 p.

#### Список литературы

- Бахтин М. 1975. Вопросы литературы и эстетики: исследования разных лет. Москва, Художественная литература, 504 с.
- Бондаренко Т.В. 2009. Лингвокультурный типаж «английский дворецкий». Дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 202 с.
- Бояджиев Г.Н. 1972. Великий реформатор комедии. В кн.: Мольер Ж-Б. Комедии. Москва, Художественная литература: 5–26.
- Гаврилов Д.А. 2006. К определению трикстера и его значимости в социо-культурной реальности. В кн.: Философия и социальная динамика XXI века: проблемы и перспективы. Материалы Первой Всероссийской научной конференции, (Омск, 15 мая 2006 г.). Под ред. Е.П. Дьякова. Омск, Сибирский институт бизнеса и информационных технологий, Ижевский промышленный экономический колледж, Сибирская региональная школа бизнеса (колледж): 359-368.
- Гиленсон Б.А. 2002. История античной литературы: в 2 книгах. Книга 2: Древний Рим. Москва, Наука, ФЛИНТА, 380 с.
- Карасик В.И. 2009. Языковые ключи. Москва, Гнозис, 406 с.
- Кереньи К. 1999. Трикстер и древнегреческая мифология. В кн.: Радин П. Трикстер. Исследование мифов северо-американских индейцев с комментариями К.Г. Юнга и К.К. Кереньи. Пер. с англ. В. В. Кирющенко. Под ред. А. В. Тавровского. Санкт-Петербург, Евразия: 241–264. (Radin P. 1956. The Trickster: A Study in Native American Mythology. London, Routledge and Kegan Paul, 211 p.)
- Мережковский Д.С. 1889. Дон Кихот и Санчо Панса. *Северный вестник*, 9: 21–43.
- Молодцова М. 1990. Комедия дель арте: История и современная судьба. Ленинград, ЛГИТМиК, 218 с.



- Чекулай И.В., Прохорова О.Н. 2011. «Трикстер» как лингвопсихологический тип и его репрезентация языковыми средствами в художественном пространстве. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия Гуманитарные науки*, 9(6(101)): 213–221.
- Cawthorne N. 2013. *A Brief Guide to Jeeves and Wooster*. Philadelphia, Running Press, 250 p.
- Murphy N.T.P., Fry S. 2015. *The P.G. Wodehouse miscellany*. Stroud, Gloucestershire. The History Press, 192 p.

### References

- Bakhtin M. 1975. *Voprosy literatury i estetiki: issledovaniya raznykh let* [Questions of literature and aesthetics: studies of different years]. Moscow, Publ. Khudozhestvennaya literatura, 504 p.
- Bondarenko T.V. 2009. *Lingvokul'turnyi tipazh «angliiskii dvoretskii»* [Linguocultural type "English butler"]. Dis. ... Cand. Philol. Sciences. Volgograd, 202 p.
- Boyadzhiev G.N. 1972. *Velikii reformator komedii* [The Great Reformer of Comedy]. In: *Mol'er Zh-B. Komedii* [Comedies]. Moscow, Publ. Khudozhestvennaya literatura: 5–26.
- Gavrilov D.A. 2006. *K opredeleniyu trikstera i ego znachimosti v sotsio-kul'turnoi real'nosti* [On the definition of trickster and its significance in socio-cultural reality]. In: *Filosofiya i sotsial'naya dinamika XXI veka: problemy i perspektivy* [Philosophy and social dynamics of the 21st century: problems and prospects]. Proceedings of the First All-Russian scientific conference, (Omsk, May 15, 2006). Ed. E.P. D'yakov. Omsk, Publ. Sibirskii institut biznesa i informatsionnykh tekhnologii, Izhevskii promyshlennii ekonomicheskii kolledzh, Sibirskaya regional'naya shkola biznesa (kolledzh): 359–368.
- Gilenson B.A. 2002. *Istoriya antichnoi literatury* [History of ancient literature]: in 2 books. Book 2: *Drevnii Rim* [Ancient Rome]. Moscow, Publ. Nauka, FLINTA, 380 p.
- Karasik V.I. 2009. *Yazykovye klyuchi* [Language clues]. Moscow, Gnozis, 406 p.
- Keren'i K. 1999. *Trikster i drevnegrecheskaya mifologiya* [Trickster and Ancient Greek Mythology]. In: *Radin P. Trikster. Issledovanie mifov severo-amerikanskikh indeitsev s kommentariyami K.G. Yunga i K.K. Keren'i* [A Study of the Myths of the North American Indians with Comments by K.G. Jung and K.K. Kerenyi]. ranslated from English. V.V. Kiryushchenko. Ed. A.V. Tavrovsky. St. Petersburg, Publ. Eurasia: 241–264. (Radin P. 1956. *The Trickster: A Study in Native American Mythology*. London, Routledge and Kegan Paul, 211 p.)
- Merezhkovskii D.S. 1889. *Don Kikhot i Sancho Pansa* [Don Quixote and Sancho Panza]. *Severnii vestnik*, 9: 21–43.
- Molodtsova M. 1990. *Komediya del' arte: Istoriya i sovremennaya sud'ba* [Commedia dell'arte: History and modern fate]. Leningrad, Publ. LGITMiK, 218 p.
- Chekulai I.V., Prokhorova O.N. 2011. "Trickster" as a Linguo-Psychological Type and its Linguistic Representation in the Space of Fiction. *Belgorod State University Scientific bulletin. Humanities*, 9(6(101)): 213–221 (in Russia).
- Cawthorne N. 2013. *A Brief Guide to Jeeves and Wooster*. Philadelphia, Running Press, 250 p.
- Murphy N.T.P., Fry S. 2015. *The P.G. Wodehouse miscellany*. Stroud, Gloucestershire. The History Press, 192 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 07.07.2024

Received July 07, 2024

Поступила после рецензирования 31.01.2025

Revised January 31, 2025

Принята к публикации 10.03.2025

Accepted March 10, 2025

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Пойменова Алиса Сергеевна**, ассистент кафедры второго иностранного языка, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия.

**Alisa S. Poimenova**, Assistant of the Department of the Second Foreign Language, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

УДК 81`23

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-221-229

## Метафора и метонимия в дискурсе Жака Лакана

Чижова А.О.

Институт международных экономических связей,  
Россия, 119330 г. Москва, ул. Мосфильмовская, д. 35  
[nnastik@yandex.ru](mailto:nnastik@yandex.ru)

**Аннотация.** В исследовании подробно рассматривается концепция языка и речи, предложенная Фердинандом де Соссюром, а также интерпретация этих понятий Жаком Лаканом в рамках психоаналитической теории. Фердинанд де Соссюр вводит ключевое различие между языком (*la langue*) как социальной системой знаков и речью (*parole*) как индивидуальным актом использования этой системы. Язык, по Соссюру, представляет собой абстрактную структуру, которая существует независимо от конкретных пользователей, тогда как речь является конкретным проявлением этой структуры в коммуникативных актах. Он также подчеркивает важность синхронического подхода к изучению языка, который сосредотачивается на одновременных связях между элементами системы, в отличие от диахронического подхода, исследующего исторические изменения языка. Жак Лакан, опираясь на идеи Соссюра, интегрирует их в свою психоаналитическую теорию, рассматривая язык как центральный элемент формирования субъекта и его бессознательного. Лакан развивает понятие *lalangue* – особого аспекта языка, который выходит за пределы структурной системы и включает в себя бессознательные процессы. Он утверждает, что отношения между означающим и означаемым в языке не являются фиксированными; вместо этого они характеризуются постоянным «отсрочиванием» смысла (концепция *différance*, близкая к идеям Жака Деррида). Это приводит к тому, что смысл никогда не достигает окончательной завершенности, а язык становится динамической системой, в которой значение конструируется через цепочки означающих. Особое внимание уделяется механизмам метафоры и метонимии, которые Лакан рассматривает как основные процессы означивания. Метафора связана с замещением одного означающего другим, создавая новые смыслы, тогда как метонимия представляет собой смещение значения вдоль цепочки означающих. Эти процессы иллюстрируют работу бессознательного, которое, по Лакану, структурировано как язык. Бессознательное проявляется через разрывы и пробелы в языке, что отражает символический порядок и природу субъекта. Лакан подчеркивает, что субъект формируется внутри символического порядка, где язык играет ключевую роль в его идентификации и отношениях с Другим. Однако субъект никогда не совпадает полностью с самим собой из-за структурного «дефицита» в языке, который отражает отсутствие или утрату первичного объекта желания. Это отсутствие становится основой для формирования бессознательных желаний и фантазий.

**Ключевые слова:** метафора, метонимия, психоанализ, дискурс, структурная лингвистика

**Для цитирования:** Чижова А.О. 2025. Метафора и метонимия в дискурсе Жака Лакана. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 221–229. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-221-229

---

## Metaphor and Metonymy in Jacques Lacan's Discourse

Anastasia O. Chizhova

Institute of International Economic Relations,  
35 Mosfilmovskaya St, Moscow 119330, Russia  
[nnastik@yandex.ru](mailto:nnastik@yandex.ru)

**Abstract.** The article discusses in detail the concept of language and speech proposed by Ferdinand de Saussure, as well as Jacques Lacan's interpretation of these concepts within the framework of

© Чижова А.О., 2025



psychoanalytic theory. Ferdinand de Saussure, one of the founders of structural linguistics, introduces a key distinction between language (*la langue*) as a social system of signs and speech (*parole*) as an individual act of using this system. Language, according to Saussure, is an abstract structure that exists independently of specific users, whereas speech is the concrete manifestation of this structure in communicative acts. He also emphasizes the importance of a synchronic approach to the study of language, which focuses on the simultaneous relationships between the elements of the system, as opposed to a diachronic approach that investigates the historical changes of language. Jacques Lacan builds on Saussure's ideas and integrates them into his psychoanalytic theory, seeing language as central to the formation of the subject and his unconscious. Lacan develops the notion of *lalangue*, a special aspect of language that transcends the structural system and involves unconscious processes. He argues that the relationship between signifier and signified in language is not fixed; instead, it is characterised by a constant 'deferral' of meaning (the concept of *différance*, close to the ideas of Jacques Derrida). This leads to the fact that meaning never reaches final finality, and language becomes a dynamic system in which meaning is constructed through chains of signifiers. Particular attention is paid to the mechanisms of metaphor and metonymy, which Lacan regards as the basic processes of signification. Metaphor is concerned with the substitution of one signifier for another, creating new meanings, while metonymy is the displacement of meaning along a chain of signifiers. These processes illustrate the workings of the unconscious, which, according to Lacan, is structured as language. The unconscious manifests itself through ruptures and gaps in language, which reflects the symbolic order and nature of the subject. Lacan emphasises that the subject is formed within a symbolic order where language plays a key role in its identification and relationship with the Other. However, the subject never fully coincides with itself because of a structural 'deficit' in language that reflects the absence or loss of the primary object of desire. This absence becomes the basis for the formation of unconscious desires and fantasies.

**Keywords:** metaphor, metonymy, psychoanalysis, discourse, structural linguistics

**For citation:** Chizhova A.O. 2025. Metaphor and Metonymy in Jacques Lacan's Discourse. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 221–229 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-221-229

## Введение

Французский психоаналитик Жак Лакан объединил фрейдистский психоанализ и структурную лингвистику Соссюра, чтобы по-своему «вернуться к Фрейду». Он также радикально переработал некоторые концепции Соссюра, такие как отношения между означающим и означаемым, формирование лингвистического и т. д., и использовал их в своей психоаналитической теории. Жак Лакан был не просто психоаналитиком. Он работал на стыке двух наук – психологии и лингвистики, и именно исследования в лингвистике позволили ему интерпретировать Фрейда по-новому. Лакан идентифицировал психологические концепты Фрейда с лингвистическими структурами и определил метафору как «слово за слово», а метонимию как «слово в слово». Языковое пространство, созданное Лаканом, отличается разнообразием и полиморфностью, и здесь вслед за французским психоаналитиком выделяем четыре типа дискурса: дискурс хозяина-господина (капиталистический), академический дискурс (университетский дискурс), психотический дискурс (дискурс истерии), аналитический дискурс (дискурс психоаналитика) [Седых и др., 2024, с. 23697]. Субъектом психоанализа является не человек, природа которого неизменна, но и не индивидуум, изменяющийся в соответствии с превратностями истории. Помимо индивидуальных особенностей, психоанализ выделяет функции, относящиеся к структурам, в которых оказывается пойманным каждый человек. Кроме того, теория четырех дискурсов Жака Лакана представляет собой одну из самых последних и наиболее эффективных разработок, касающихся этих структур [Седых и др., 2024, с. 2375].

Согласно Жаку Лакану, метонимическая цепь в языке производит означивание в точке, которая является «точкой привязки», точкой *point de capiton*, которое возникает

ретроактивно, после завершения фразы, и является точкой, в которой сеть сигнификатов в метонимической цепи соответствует сети сигнификатов в понятии, идее и, таким образом, завершает сигнификацию. Этот тип образования в языке Лакан назвал «сигнификацией» в противоположность значению, которое не пересекает точку сопротивления между означающим и означаемым, по соссюровской модели [Lacan, 1977a, p. 156].

### Материалы и методы исследования

Данное исследование выполнено на материале работ французского психоаналитика Жака Лакана (1901–1981).

Объектами нашего исследования выступают: 1) язык как структура: система знаков и их взаимосвязь (основываясь на трудах Фердинанда де Соссюра); язык как символический порядок, формирующий субъекта (в рамках психоаналитической теории Жака Лакана); 2) бессознательное: его структурированность по принципу языка; связь бессознательного с механизмами языка (метафора и метонимия).

### Результаты исследования

Значимость содержит присутствие иррационального и бессознательного, отсутствие означаемого, а значит, и отсутствие субъекта, и отсутствие бытия, хотя и предполагает наличие этого отсутствия. Поскольку понятие метонимии в языке соответствует процессу вытеснения во фрейдистской работе со сновидениями, в том числе в отношениях между мыслями и сновидениями, диалектика рационального и иррационального соответствует диалектике сознательного и бессознательного мышления. Бессознательное не следует соотносить с иррациональным; иррациональность сновидений – это продукт прочтения сновидений в сознательном мышлении, а не бессознательных процессов, которые их порождают. Присутствие иррационального в рациональном способствует лакановской концепции бессознательного как пробела в рациональном, а бессознательное структурируется как язык. Лакановский психоанализ можно рассматривать как философию интеллекта, причем структурную. Бессознательная мысль рассматривается как форма мышления, отличная от сознательной, и демонстрирует аспекты иррационального по отношению к рациональному. Во фрейдистском анализе сновидений сны остаются функцией воображаемого, а не символического, хотя состав сновидения определяется лингвистическими символическими структурами, которые являются самой структурой бессознательного. Любой лингвистический знак предполагает два типа организации – комбинацию и селекцию. Поэтому можно разместить на двух ортогональных осях комбинации и селекции все феномены, несущие в себе черты либо соединения по смежности, либо группировки по сходству (при этом любой отбор производится в сфере подобия). Далее, чтобы различить эти два семейства операций, говорят о метонимических и метафорических процессах. Эти операции имеют место на всех уровнях – фонологическом, синтаксическом и семантическом – и являются основой противоположности индивидуальных стилей, литературных, пластических и кинематографических форм. Якобсон также различает эти противоположности в бессознательных символических процессах сновидений, описанных Фрейдом. Он предполагает отнести смещение (аналогичное метонимии) и конденсацию (аналогичную синекдохе) к фигурам смежности, а идентификацию и другие символические процессы – к фигурам сходства.

Жак Лакан, напротив, распределяет эти полюса по-другому, смело отождествляя смещение с метонимией, а конденсацию – с метафорой. Но эти расхождения не столь важны, как сама попытка покончить с биологизмом и бихевиоризмом, присущими постфрейдовскому психоанализу, и «возвратиться к Фрейду», рассматривая не только аналитическую ситуацию, но и операции бессознательного, которые теория пытается исследовать систематически, внутри уникального «поля речи и языка» [Lacan, 1977a, p. 187].



Характеризуя процесс лечения как движение от пустой речи анализируемого к полной речи, к «принятию субъектом своей истории, воссоздаваемой речью, обращенной к другому человеку» [Lacan, 1977a, p. 134], Лакан без колебаний отождествляет развитие сна с его риторикой: «Эллипсис и плеоназм, гипербатон или силлепсис, повторение, приложение – все это синтаксические смещения; метафора, катахреза, антономазия, аллегория, метонимия и синекдоха – это семантические конденсации. Фрейд научил нас читать в них различные направления, в которых субъект изменяет свой галлюцинаторный дискурс с целью показать или похвалиться, притвориться или убедить, оспорить или соблазнить...» [Рикер, 1996, с. 14].

Среди синтаксических механизмов *эллипсис* подразумевает пропуск слова в синтаксисе без изменения значения, вводящий пробел в синтаксической структуре. *Плеоназм* – это использование большего количества слов, чем необходимо для обозначения, то есть это и повтор, и конденсация. *Силлепсис* – это использование в синтаксисе слова, которое согласуется с одним словом в синтаксисе грамматически, но не с другим, поэтому это смещение, предполагающее иррациональное внутри рационального. *Аппозиция* – это размещение слова в предложении для объяснения другого слова, как повтор. *Катахрезис* – это неправильное употребление слова; *автономазис* – использование названия вместо имени. Эти основные приемы, наряду с метафорой и метонимией, действуют как в языке, так и в конструкции сновидения.

Разрыв между тем, что видно, и тем, что представлено разуму, – это разрыв между чувственным восприятием и интеллектом в философской метафизике, между реальным и идеальным в терминах Гегеля, или между формой и идеей в терминах Платона. Дизъюнкция метафизики вытесняется в лингвистике и психоанализе – от структуры разума в сознании к структуре языка и бессознательного. Разрыв между тем, что видно, и тем, что репрезентируемым обнаруживает разделенный субъект, в лакановском психоанализе – субъект который не знает себя, и субъект, который отчужден от своего я. Основу лакановского психоанализа можно найти в лингвистике, в изучении языка и восприятия.

В хомскианской лингвистике знак содержит только означающее, но не означаемое, как это было бы в соссюровской лингвистике, потому что, во-первых, соответствующий ментальный анализ состоит только из наборов расширенных сигнификатов, а во-вторых, потому что фонетический сигнал действует только в данном синтаксисе. Для Хомского глубинный аспект языка состоит из взаимосвязанных пропозиций и сложных идей, сетей сигнификатов, которые не артикулируются в фонетическом сигнале, но генерируются им, и порождаются матрицей базовых отношений из сигнала. Глубинный аспект состоит из сети формальных закономерностей, организованных концептуальной рамкой, которую можно описать как бессознательное.

Фердинанд де Соссюр в «Курсе общей лингвистики» сравнил отношения между означающим и означаемым в языке с листом бумаги. «Язык также можно сравнить с листом бумаги: мысль [означающее] – это передняя часть, а звук [означающее] – задняя; нельзя отрезать переднюю часть, не разрезав при этом заднюю; точно так же и в языке нельзя ни отделить звук от мысли, ни мысль от звука; такое разделение может быть произведено только абстрактно, и результатом будет либо чистая психология или чистая фонология» [Lacan, 1977a, p. 113]. Главная причина признания Лакана и его периодической самоидентификации как структуралиста кроется в его приверженности основным принципам структуралистской лингвистики, заложенным Фердинандом де Соссюром. Означаемое мыслится как та же субстанция, что и означающее. Но это невозможно, если, означающее является физическим, фонетическим объектом, а означаемое – абстрактным, концептуальным объектом, хотя и основанным на мимесисе означаемого. Соссюр сам делает невозможным отождествление по существу между звуком и мыслью в следующем предложении в «Курсе общей лингвистики». Лингвистика: «Лингвистика работает в пограничной области, где элементы мысли и звука соединяются. Сочетание мыслей и

звуков порождает форму, а не субстанцию» [Соссюр, 2024, с. 128]. Отождествление мысли и звука, означаемого и означающего, может быть только формальной идентификацией, идентификацией репрезентации, которое легко отрицается, чтобы освободить синтаксис сигнификатов в языковой или визуальной композиции, чтобы она могла создать свою собственную сигнификацию. Таким образом, язык не может зависеть от прямых отношений между означающим и означаемым. В мысли Лакана отсутствующий означающий является ключом к пониманию метафоры и метонимии, основных механизмов означивания в другом (difference).

Жак Лакан идентифицировал сеть абстрактных означаемых Соссюра как сеть сигнификатов, и поместил сеть фонических сигнификатов над сетью абстрактных сигнификатов в алгоритме S/s. Значение сигнификата можно найти не только в рамках правил, управляющих перестановкой фонических сигнификатов, но и в правилах взаимодействия всей системы сетей между звуком и мыслью. Значение сигнификата определяется в конкретный момент в потоке взаимодействия сетей, в потоке игры различий, которую Лакан называет «точкой привязки». Точка закрепления (point de capiton) – это та точка, в которой «означающее останавливает иначе детерминированное скольжение [glissement] означаемого» [Lacan, 1977a, p. 303]. Следуя концепции сдвига у Соссюра, эта точка опоры необходима для отношений между сигнификатом в речи и сигнификатом в мысли, и она обнаруживает присутствие бессознательного в речи. Она является функцией контекста Соссюра, набора правил, определяющих отношения между словами в предложении. Эта точка опоры должна быть найдена в предложении, даже если предложение завершает свое значение только последним членом, каждый член предвосхищается в построении остальных.

Анализ метафоры и метонимии также подтверждает главенство означающего над означаемым, или речи над мыслью, для Лакана в определении знака и в определении субъекта в языке. Вслед за помещением означающего над означаемым, Лакан установил, что не субъект производит язык, а скорее, язык производит субъект. Метафора и метонимия особенно важны благодаря той роли, которую они играют в конституировании бессознательного субъекта по отношению к сознательному мышлению, прежде всего в механизмах работы со сновидениями, установленных Фрейдом, где концептуальные структуры в бессознательном, являющиеся манифестным содержанием сновидения, трансформируются в образы. Основными механизмами, действующими в переносе, являются конденсация и вытеснение, которые Лакан рассматривает как формы метафоры и метонимии в языке. Именно эта взаимосвязь позволяет Лакану сформулировать тезис о том, что бессознательное структурировано как язык. Другие механизмы бессознательного языка, такие как шутки, глоссолалия, неологизмы и даже процесс желания, могут быть описаны в метафорических и метонимических терминах.

Метафора производит означивание, заменяя название одной вещи другой, но только в сочетании двух имен, одно из которых можно заменить другим, формируется идея. *Глиссаж*, при котором означаемое переходит от одного означающего к другому, называется *знаковым замещением*. Именно процесс сочетания и конденсации порождает означаемое, которое возникает в точке закрепления фразы, точке, в которой конденсация пересекается с эквивалентной сетью, и идея ретроактивно возникает в зазоре между этими двумя сетями, который также является точкой сочетания. Точка опоры в метафоре – это точка, в которой «смысл возникает из бессмыслицы» [Lacan, 1977a, p. 158]. В глиссаде метафоры означаемое следует за означающим; означающее, таким образом, автономно по отношению к означаемому, и является определяющим фактором в производстве означаемого. В глиссаде идея мира стирается или скрывается и заменяется идеей сцены. Она остается в виде следа и занимает промежуток между речью и идеей.



Метонимия – это перемещение, изменение имени (метонома), замена описательного термина другим, не имеющим отношения к предметному термину («устье реки», например). Условия замены зависят от заранее установленных отношений между подлежащим термином и заменяемым описательным термином, в данном случае отношения между устьем и водой. В метонимии, в отличие от метафоры, исходное означаемое, вода в данном случае, не устраняется и не стирается; оно сохраняется как необходимый для создания означаемого по отношению к заменяемому означающему. Метонимия, таким образом, подчиняется более строгим правилам, чем метафора, и требует более сложной комбинации сигнификатов. Лакан описал функции метафоры и метонимии с помощью набора алгоритмов.

Алгоритм Лакана, размещение означающего над означаемым и разграничивающая их полоса, призван предложить идентификацию между означающим и означаемым, определенную Соссюром, в аналогии с двумя сторонами листа бумаги, но в то же время указать на недоступность означающего для означаемого, на недоступность языка для его глубинной структуры. Он призван подсказать недоступность сознательной мысли для бессознательной точно так же, как многоугольные фигуры Кузануса никогда не могут достичь круга, в который они вписаны или вокруг которого они расположены, независимо от того, на сколько бы сторон ни был разделен многоугольник [Рикер, 1996, с. 11]. В то время как Соссюр допускает произвольное соответствие между каждым означающим в языке и конкретным элементом синтаксической матрицы, с которой он связан, Лакан отрицает эту возможность; и означающее, и фонетическая единица могут быть определены только по отношению к другим сигнификатам. Процесс означивания рассматривается как автономный и алгоритмичный.

Означающее больше не представляет что-то для кого-то в языке, а скорее представляет субъект в языке для другого сигнификата, то есть он представляет собой включение говорящего субъекта в сеть сигнификатов, которые составляют сигнификацию. Вслед за Соссюром язык рассматривается Лаканом как система различий, но теперь это автономная система, не имеющая прямого отношения к означаемому. Glissement (скольжение) означающего, которое выявлено в метонимической цепочке, где граница между означающим и означаемым не пересекается, представляет собой бесконечную отсрочку смысла. «Значение», хотя и является означаемым, или сетью концептуальных означающих, тем не менее все еще присутствует как отсутствие (как бессознательная мысль присутствует для сознательной мысли как отсутствие), к которому всегда отсылает скольжение (glissement) сигнификатов, как отсутствие конкретики в интеллектуальной идее [Рикер, 1996, с. 19]. Отсутствие означаемого играет роль объекта желания означающей цепи, пустоты, вокруг которой циркулирует диалектический разум, как в негативной теологии. Отсутствие означаемого – это сам предмет, который присутствует в каждом означающем. Таким образом, отсутствие присутствует в каждом означающем как след. Означающая цепочка структурной лингвистики, принятая в лакановском психоанализе, сохраняет диалектику. Диалектика существует между означающим и означаемым, или тем, что можно было бы переформулировать как концептуальная цепочка сигнификатов. Сеть означающего описывается Лаканом как «синхроническая структура языкового материала в той мере, в какой в этой структуре каждый элемент принимает свою точную функцию, будучи отличным от других» [Lacan, 1977a, p. 126], а сеть означаемого – это «диахроническая совокупность конкретно выраженных дискурсов, которая исторически реагирует на первый, так же как структура первого управляет путями второго». Значения возникают, таким образом, только «путем конституирования своего множества посредством его оболочки в сигнификате...» [Lacan, 1977a, p. 127]. Язык, таким образом, «никогда не является сигналом, но всегда диалектическим движением» [Lacan, 1977a,

р. 126]. Диалектика синхронического и диахронического присутствует в структурной лингвистике Соссюра, но в ином виде, чем в переформулировке Лакана, влияние которой привело к некоторой путанице в отношении оригинальной концепции Соссюра. Диалектика проявляется в том, что Соссюр делает различия между языком и речью, *la langue* и *parole*. В концепции Соссюра «синхроническая лингвистика будет заниматься логическими и психологическими отношениями, которые связывают сосуществующие термины и образуют систему в коллективном сознании говорящих», или *la langue*, в то время как диахроническая лингвистика, напротив, изучает отношения, связывающие последовательные термины, не воспринимаемые коллективным разумом, а заменяющие друг друга, не образуя при этом системы», или *parole* [Соссюр, 2024, с. 100]. Означающее и означаемое, которые неразделимы, как две стороны листа бумаги, включены в синхроническую сферу *la langue*, в то время как Лакан вводит диалектику в сам *la langue*. Отношения между означающим и означаемым в этой цепочке всегда предвосхищаются и подразумеваются, но никогда не актуализируются, всегда откладываются, как в дифферансе. Результатом этого является отблеск означающего, как в метафоре и метонимии. Метонимия производит означивание в линейной комбинации сигнификатов не пересекая планку, ведущую к означаемому; «именно связь между означающим и означаемым позволяет элизию, в которой означаемое устанавливает отсутствие бытия в объектном отношении, отсутствие означаемого, используя значение «отсылки назад», которым обладает означающее, к отсутствующему означаемому, «чтобы вложить в него желание, направленное на то самое отсутствие, которое он поддерживает» [Соссюр, 2024, с. 164]. Метафора же, подменяя означающее означаемым, фактически элиминируя первое означаемое, пересекает границу между означающим и означаемым и таким образом вызывает означивание. «Это пересечение выражает условие перехода означающего в означаемое...». Как отмечают Нанси и Лакуэ-Лабарт, планка одновременно пересекается и не пересекается, потому что «бессознательное – это ось между означающим и означаемым», по словам Лакана [Lacan, 1977b, p. 66]. Бессознательное существует только как отсутствие в сознательном дискурсе, сохраняя тем самым гегелевскую диалектику между разумом и другим, который существует только как отсутствие в разуме.

Выводы исследования демонстрируют сложную взаимосвязь между языком, субъективностью и бессознательным, раскрывая многогранность языка как системы, процесса и культурного феномена:

**1. Язык как конституирующий элемент субъекта:** исследование подтверждает, что язык не просто инструмент передачи информации, но и основополагающий механизм, через который субъект осознает и формирует свою идентичность. Взаимодействие с символическим порядком, описанное Лаканом, подчеркивает структурирующую роль языка в психической организации субъекта.

**2. Двойственность и многослойность языка:** соссюрское различие между системой языка (*la langue*) и индивидуальной речью (*parole*) получает новое измерение в теории Лакана через концепт *lalangue*, который указывает на бессознательные аспекты языковой деятельности. Это расширяет понимание языка как феномена, который одновременно социально структурирован и глубоко индивидуализирован.

**3. Пластичность значений и их постоянное становление:** динамическая природа языка проявляется в непрерывном смещении смыслов и невозможности фиксировать значение. Лакановская концепция цепочки означающих иллюстрирует процесс постоянного конструирования значений, где каждый новый элемент трансформирует контекст, создавая бесконечный горизонт интерпретаций.



**4. Означивание как процесс бессознательного:** метафора и метонимия выступают не только лингвистическими механизмами, но и психоаналитическими процессами, отражающими структуру бессознательного. Эти механизмы демонстрируют, как язык становится ареной взаимодействия сознательных и бессознательных желаний.

**5. Желание как структурный эффект языка:** центральная идея отсутствия, лежащая в основе символического порядка, формирует желание субъекта. Это отсутствие – не просто недостаток, но движущая сила психической жизни, которая проявляется через стремление к Другому и восстановлению утраченной целостности.

**6. Интеграция лингвистики и психоанализа:** синтез идей Соссюра и Лакана показывает, что язык является не только объектом лингвистического анализа, но и ключом к пониманию глубинных психологических процессов. Этот подход открывает перспективы для междисциплинарного изучения человеческой субъективности, где язык становится медиатором между внутренним миром индивида и внешней реальностью.

### Заключение

Таким образом, это след или пробел в языке, когда отсутствие в языке субъекта показывает присутствие бессознательного, в которое вписан данный субъект в символическом порядке, то есть воображаемое эго в сознательном мышлении является идентификацией со своим образом, образы же в целом мешают видеть себя как отсутствие в языке, мешают субъекту переживать свое бессознательное.

Функционирование лингвистической структуры позволяет передавать саму идею через символический порядок, а бессознательное позволяет передать эту идею, когда присутствие или существование в качестве говорящего субъекта отрицается.

Язык представляет собой сложную многомерную структуру, которая одновременно организует субъективный опыт, формирует бессознательное и задает рамки для интересубъективного взаимодействия. Такой подход позволяет переосмыслить традиционные представления о языке, расширяя их до уровня философских и антропологических категорий.

### Список литературы

- Рикер П. 1996. Образ и язык в психоанализе. *Консультативная психология и психотерапия*, 4(4): 5–22. (Psychoanalysis and language. 1978. Ed. J.H. Smith. New Haven.)
- Седых А.П., Акимова Э.Н., Чижова А.О. 2024. Лингвистика и психоанализ: дискурс и метадискурс. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 17(7): 2375–2382. DOI: [10.30853/phil20240338](https://doi.org/10.30853/phil20240338)
- Соссюр Ф. 2024. Курс общей лингвистики. Пер. А.М. Сухотин. Под ред. Р.О. Шор. Москва, Издательство Юрайт, 303 с.
- Lacan J. 1977a. *Ecrits: A Selection*. Translated from French A. Sheridan. New York, W. W. Norton & Co., 276 p.
- Lacan J. 1977b. *The Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis*. Trans. A. Sheridan. London, The Hogarth Press and the Institute of Psychoanalysis, 290 p.

### References

- Riker P. 1996. *Obraz i yazyk v psikhoanalize*. *Counseling Psychology and Psychotherapy*, 4(4): 5–22. (Psychoanalysis and language. 1978. Ed. J.H. Smith. New Haven.)
- Sedykh A.P., Akimova E.N., Chizhova A.O. Linguistics and psychoanalysis: Discourse and metadiscourse. *Philology. Theory & Practice*, 17(7): 2375–2382. DOI: [10.30853/phil20240338](https://doi.org/10.30853/phil20240338)
- Sossyur F. 2024. *Kurs obshchei lingvistiki* [Course in General Linguistics]. Trans. French. A.M. Sukhotin. Ed. R.O. Shor. Moscow, Publ. Izdatel'stvo Yurait, 303 p.



- Lacan J. 1977a. *Ecrits: A Selection*. Translated from French A. Sheridan. New York, W. W. Norton & Co., 276 p.
- Lacan J. 1977b. *The Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis*. Trans. A. Sheridan. London, The Hogarth Press and the Institute of Psychoanalysis, 290 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.  
**Conflict of interest:** no potential conflict of interest has been reported.

Поступила в редакцию 09.01.2025

Поступила после рецензирования 29.01.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received January 09, 2025

Revised January 29, 2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Чижова Анастасия Олеговна**, старший преподаватель кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, Институт международных экономических связей, г. Москва, Россия.

**Anastasia O. Chizhova**, Senior lecturer, Department of Humanities and Natural Sciences, Institute of International Economic Relations, Moscow, Russia.



УДК 81'42

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-230-244

## **Сравнительно-сопоставительная модель когнитивной доминанты «российские святые» в проповедях свт. Луки Симферопольского и Крымского и свт. Иоанна Шанхайского и Сан-Францисского**

**Чиковани Т.В.**

Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского,  
Россия, Республика Крым, 295007, г. Симферополь, пр. Вернадского, д. 4  
[chykovanitiana@gmail.com](mailto:chykovanitiana@gmail.com)

**Аннотация.** В современном религиозном дискурсе духовное наследие святителей Русской православной церкви в России и за рубежом малоизучено. В связи с этим целью исследования является определение когнитивных доминант двух разноязычных проповедей с последующим построением их сравнительно-сопоставительной модели, направленной на выявление специфики персонального дискурса двух православных проповедников. В процессе исследования проведен когнитивно-герменевтический анализ архитектоники проповедей свт. Луки Симферопольского и Крымского и свт. Иоанна Шанхайского и Сан-Францисского. Применение алгоритма моделирования и комплексной интерпретации когнитивных доминант разноязычных проповедей позволило выявить, что когнитивной доминантой обеих проповедей является концепт «российские святые». Построена сравнительно-сопоставительная модель когнитивной доминанты «российские святые» в двух разноязычных проповедях в соответствии с триадой параметров, включающей в себя духовный, культурологический и личностный информативные ракурсы. Полученные результаты вносят вклад в теоретико-методологическую базу когнитивной лингвистики, а именно, дополняют теорию моделирования текстовых когнитивных доминант, обоснованную автором в более ранних исследованиях.

**Ключевые слова:** религиозный дискурс, православная проповедь, концепт, дискурсивная активация, лексемы-коллокации, образно-стилистические средства

**Для цитирования:** Чиковани Т.В. 2025. Сравнительно-сопоставительная модель когнитивной доминанты «российские святые» в проповедях свт. Луки Симферопольского и Крымского и свт. Иоанна Шанхайского и Сан-Францисского. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 230–244. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-230-244

---

## **Comparative Model of Cognitive Dominant “Russian Saints” in the Sermons of St. Luka of Simferopol and Crimea and St. John of Shanghai and San-Francisco**

**Tatiana V. Chikovani**

V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
4 Vernadsky Ave., Simferopol 295007, Republic of Crimea, Russia  
[chykovanitiana@gmail.com](mailto:chykovanitiana@gmail.com)

**Abstract.** The problem of studying religious discourse from social and linguistic points of view focuses on the structure of Orthodox sermon, forming a current direction in the field of modern cognitive linguistics. Within the frames of the theory of religious discourse, the issues of structuring and functioning of textual

cognitive dominants in the informative module of the triadic discourse model have not been sufficiently studied, which conditions the importance of the topic of the study. The relevance of the study is explained by the necessity to determine the role of cognitive dominants of Orthodox preaching in the modern interpretive discourse theory. The purpose of the study is to identify cognitive dominants of the two different-language sermons, construct their comparative model aimed at defining specific features of the personal discourse of the two Orthodox preachers. The study presents the results of cognitive-hermeneutical analysis of architectonics of two Orthodox sermons: St. Luka's of Simferopol and Crimea sermon in Russian and St. John's of Shanghai and San-Francisco sermon in English. As a result of applying the algorithm of modeling and complex interpretation of cognitive dominants of the two sermons, the study revealed the concept "Russian saints" as the cognitive dominant of both ones. The analysis of the sermons identified the characteristic features of nominative fields of concepts expressed through discursive activation. The study allowed constructing the comparative model of the cognitive dominant "Russian saints" in the two sermons, which determined the specificity of implications accompanying the semantic realization of the cognitive dominant. The results of the study proved that modeling of the cognitive dominant "Russian saints" in the two multilingual sermons is conditioned by a triad of parameters including spiritual, cultural and personal informative perspectives. The obtained results contribute to the theoretical and methodological basis of cognitive linguistics, in particular, add to the theory of modeling textual cognitive dominants.

**Keywords:** religious discourse, Orthodox sermon, concept, discursive activation, lexemes-collocates, stylistic devices

**For citation:** Chikovani T.V. 2025. Comparative Model of Cognitive Dominant "Russian Saints" in the Sermons of St. Luka of Simferopol and Crimea and St. John of Shanghai and San-Francisco. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 230–244 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-230-244

## Введение

В современном языкознании одним из актуальных направлений является изучение специфики религиозного дискурса в формате когнитивной лингвистики. Под религиозным дискурсом понимается «динамичный формат существования религиозного знания, его трансляции и получения» [Огнева, 2021, с. 28].

Православная проповедь, как один из жанров религиозного дискурса, представляет собой устный или письменный текст, обладающий определенной спецификой как на лексическом, так и на синтаксическом и грамматическом уровнях. Кроме того, к числу наиболее значимых составляющих проповеди относится роль языковой личности проповедника, поскольку «the peculiarity of preaching a discursive model of the world depends on the fact that the preacher relies on two roles simultaneously, he is the author of the text <...> and he is the communicator, whose linguistic personality predetermines the construction of the conceptual domain of discourse» («особенность построения дискурсивной модели мира проповеди заключается в том, что проповедник одновременно выполняет две роли, являясь как автором текста <...> так и коммуникатором, чья языковая личность предопределяет построение концептуального поля дискурса» (перевод автора. – Ч. Т.) [Ogneva et al., 2022, p. 89], что коррелирует с концепцией С.А. Кушнерук о том, что «когнитивно-дискурсивный подход к исследованию языковых явлений базируется на том, что в основе дискурсивной деятельности лежит концептуальная картина мира, существующая в сознании говорящих, а язык выступает инструментом ее овнешнения» [Кушнерук, 2024, с. 443].

Потенциал проповеднического дискурса заключается в дискурсивной активации концептов, входящих в когнитивные доминанты православных проповедей.

В научных исследованиях современных ученых существуют различные подходы к определению понятия когнитивной доминанты. Так, Е.А. Огнева рассматривает когнитивную контекстуальную доминанту как «базовый, сюжетообразующий художественный концепт» [Огнева, 2014]. Согласно мнению Е.И. Курячей, когнитивная доминанта представляет собой «комплекс доминантных смыслов», которые транслируют «систему



мировоззрения автора» [Курячая, 2008, с. 8]. Когнитивная доминанта может «соответствовать одному концепту, так и состоять из нескольких концептов-доминант, формирующих общую идею» [Danilenko, Markov, 2022, p. 277], что позволяет исследовать специфику модели когнитивной доминанты православной проповеди при помощи алгоритма моделирования когнитивных доминант, который основывается «на совокупном применении двух методов анализа – когнитивно-герменевтическом и квантитативном» [Даниленко, 2022, с. 539]. Посредством применения данных двух методов анализа выявляются концепты-доминанты отдельно взятой проповеди, наиболее рекуррентные из которых формируют ее когнитивную доминанту.

Исследования в области религиозного дискурса представлены широким спектром научных трудов и концепций, направленных на изучение его специфических характеристик. Согласно концепции В.И. Карасика, религиозный дискурс сочетает такие жанры, как молитва, проповедь, исповедь и обрядовое действие [Карасик, 2002]. Е.В. Бобырева подчеркивает, что центральными концептами религиозного дискурса в православных проповедях выступают концепты БОГ и ВЕРА [Бобырева, 2008, с. 164]. В свете того, что язык является универсальным кодом духовности, актуальным представляется мнение В.А. Масловой о том, что «вера и язык теснейшим образом взаимосвязаны <...> вера репрезентирована с помощью языковых средств. Вера консервируется в языке и хранится в нем веками» [Маслова, Данич, 2021, с. 130–131]. С когнитивной точки зрения сопряжение веры и языка прослеживается в свете концептуализации мировидения. Процесс концептуализации основан на ментальных репрезентациях, следовательно, релевантным является мнение С.Л. Кушнерук о том, что «любое знание существует в виде ментальных репрезентаций, которые объективируются средствами языка <...> в конкретной сфере социального взаимодействия» [Кушнерук, 2019, с. 28].

Несмотря на многочисленность публикаций, отражающих проблематику проповеднического дискурса, малоизученным остается вопрос о моделировании когнитивных доминант православной проповеди как одного из жанров религиозного дискурса. Кроме того, исследователями не предпринимались попытки проведения сравнительно-сопоставительного анализа когнитивных доминант разноязычных проповедей.

В проведенном ранее исследовании автором была построена сравнительно-сопоставительная модель карт когнитивных доминант разноязычных дискурсов двух святителей, выявившая наличие пяти одинаковых доминант в 26 проповедях святителя Луки и 10 проповедях святителя Иоанна [Чиковани, 2024]. Продолжение исследования обусловлено необходимостью в пополнении авторской картотеки когнитивных доминант и концептов, входящих в когнитивные доминанты проповедей двух святителей с целью выявления параметров, характеризующих специфику их персонального дискурса.

В связи с этим автором поставлена цель определить когнитивные доминанты двух разноязычных проповедей с последующим построением их сравнительно-сопоставительной модели, направленной на продолжение выявления общих параметров в специфике дискурсов двух православных проповедников.

### **Объекты и методы исследования**

В исследовании применен авторский алгоритм моделирования и комплексной интерпретации когнитивных доминант православных проповедей, который состоит из «поэтапного выявления совокупности стилистических и синтаксических средств, маркирующих специфику номинативных полей концептов проповедей» [Чиковани, 2024, с. 7]. Применение авторского алгоритма способствует установлению тенденций дискурсивной активации номинантов проповеднической когнитивной доминанты. Под дискурсивной активацией номинантов понимается явление, которое основано на

градуально-количественном факторе и «сопровождается рядом импликаций, способствующих интенсификации признака концепта» [Чиковани, 2024, с. 7]. Применение понятия дискурсивной активации позволяет выявить градуальность, которая основана на принципе убывания числовых показателей концептуальных номинантов.

В исследовании осуществляется построение сопоставительной модели когнитивной доминанты «российские святые» в двух разноязычных проповедях. Объектом исследования послужили проповедь свт. Луки Симферопольского и Крымского «Слово в неделю Всех Святых, в земле Российской просиявших» на русском языке и проповедь свт. Иоанна Шанхайского и Сан-Францисского «On the Feast of All Saints» на английском языке, прозвучавшие в 1956 году.

Исследование основано на применении следующих научных методов: 1) метода когнитивно-герменевтического моделирования, целью которого являлось выявление особенностей построения текстов проповеди, 2) интерпретативного метода, способствующего определению специфики моделей когнитивных доминант разноязычных проповедей, 3) метода концептуального анализа, посредством которого установлены тенденции вербализации концептов, входящих в когнитивные доминанты проповедей, 4) метода сплошной выборки с целью установления сверхчастотных лексем-коллокатов проповедей, 5) квантитативный метод, с помощью которого выявлены концепты с наибольшей степенью реализации в составе когнитивных доминант проповедей, 6) метода сравнительно-сопоставительного анализа двух разноязычных проповедей.

### Результаты и их обсуждение

Главная особенность православной проповеди заключается в ее тематическом двуединстве, включающем в себя предметную и духовную тему, «связанную с реализацией сути христианского вероучения на базе лексемы *Бог* и наименования нравственных понятий христианства: *вера, надежда, любовь, свет, спасение, милосердие, грех, покаяние*» [Ицкович, 2012, с. 287]. Перечисленные понятия в проводимом исследовании анализируются на уровне их концептуальной значимости, их роли в концептосфере религиозного дискурса. Под когнитивной доминантой проповеди предлагается понимать «концепт или совокупность концептов, которые имеют наибольший смысловой контекстуальный потенциал в проповеди» [Чиковани, 2024, с. 6].

Проповедь святителя Луки Симферопольского и Крымского «Слово в неделю Всех Святых, в земле Российской просиявших», в основе которой лежит притча из Евангелия от Иоанна<sup>1</sup>, прозвучала в 1956 году. Название определяет тему проповеди. Начиная проповедь словами апостола Иоанна Богослова, святитель Лука, приводит метафорическое сравнение тьмы, царящей в человеческой жизни, и «*света Христова, от которого зажглись миллионы русских сердец*» [Святитель Лука, 2013, с. 106]. В основе сравнения лежит характерная для религиозного дискурса бинарная оппозиция «свет – тьма», символизирующая праведность и греховность. Далее святитель возносит хвалу «*великим носителям света Христова*», просиявшим в земле Российской и прославившим Бога и христианскую веру. Перечень российских святых, преподобных, мучеников, чудотворцев, юродивых, сравниваемых проповедником с «*созвездиями*», «*большими и малыми скоплениями звезд*» и с «*отдельными яркими звездами*», представлен в проповеди 22 антропонимами. Реализации семы «святость» способствует 12-кратное употребление эпитета «*великий*». Значимой в проповеди представляется роль «*простого сердцем русского народа*»<sup>2</sup>, «*миллионов русских*

<sup>1</sup> Книги Нового Завета. От Иоанна святое благовествование. Глава 1, стихи 4-5, 11-13. В кн.: Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета (синодальный перевод). Москва, Сибирская Благовзвонница. С. 1283.

<sup>2</sup> Святитель Лука Крымский. 2013. Господня Пасха. Проповеди и беседы в дни Великих праздников. Сост. Вера Каткова. М., Местная религиозная организация Православный приход храма Святого Духа сошествия на Лазаревском кладбище гор. Москвы Московской епархии Русской Православной Церкви



людей»<sup>1</sup>, которые «длинными веренищами или отовсюду за тысячи верст»<sup>2</sup> в святые места и пещеры в поисках молитвенной помощи и духовного укрепления, чтобы «хоть подышать дивным воздухом, насыщенным воздыханием святых»<sup>3</sup>. Обращаясь к словам Евангелиста Матфея о тех, кто «недостойн Господа Иисуса», о тех, кто любит своих детей и семью сильнее, чем Бога, святитель Лука приводит личный пример: «И уверяю вас, что, когда я оставил детей своих и предал их Богу, Он позаботился о них, и они были воспитаны, может быть, лучше, чем мог бы это сделать я сам. И дал мне Господь во сто крат больше детей»<sup>4</sup>.

В заключительной части проповеди призыв к пастве поминать святых наставников, подражая их глубокой и непобедимой вере, вербализуется посредством стилистической фигуры градации: «Ведь перед нами – огромное сверкающее облако свидетелей о Господе Иисусе. Посему и мы, имея вокруг себя такое облако свидетелей, свергнем с себя всякое бремя и запинаящий нас грех и с терпением будем проходить подлежащее нам поприще <...>, чтобы вам не изнемочь и не ослабеть душами вашими и пойти вслед за Христом»<sup>5</sup>.

В проповеди выявлены следующие образно-стилистические средства:

1) эпитеты: великий (12), вечный (6), тяжкий (3), яркий (3), величайший, немеркнувший, дивный, невыносимый, тягчайший, буйный, истинный огромный, сверкающий; «горячая любовь», «глубоко чтить»;

2) метафоры: «много тьмы в жизни человечества», «от света Христова зажглись миллионы русских сердец»<sup>6</sup>; «Божественным светом ослепительно сияют величайшие преподобные»; «во множестве зажглись подвигами преподобных малые и великие очаги света Христова»<sup>7</sup>; «Жаждающий света и правды Христовой простой сердцем русский народ»<sup>8</sup>; «сияет немеркнувший свет сердец множества праведников»<sup>9</sup>; «из темноты которых (святых пещер) до сих пор сияет немеркнувший свет сердец множества праведников»<sup>10</sup>; «хоть подышать дивным воздухом пещер, насыщенным воздыханиями святых и фиамом молитв»<sup>11</sup>; «стоять и держаться против буйных ветров безбожия»; «перед нами – огромное сверкающее облако свидетелей о Господе Иисусе»<sup>12</sup>;

3) метафорические сравнения: «Как видим мы на небе большие и малые скопления звезд, так просияли и доныне сияют великие носители света Христова»<sup>13</sup>;

4) фразеологизмы: «жажда правды»; «вечные муки»; «претерпеть крест»; «тяжкий крест»; «взять свой крест»; «вечная радость»; «запечатлеть кровью»; «тесны врата и узок путь»;

5) анафора: «много тьмы в жизни человечества, много было ее и в древней Руси»<sup>14</sup>; «Это те, которых Сам Господь Иисус Христос назвал светом миру. Это те, которым Он заповедал...»<sup>15</sup>;

---

(Издательство Сестричества во имя святителя Игнатия Ставропольского). С. 107.

<sup>1</sup> Там же. С. 107.

<sup>2</sup> Там же. С. 107.

<sup>3</sup> Там же. С. 107.

<sup>4</sup> Там же. С. 109.

<sup>5</sup> Там же. С. 110.

<sup>6</sup> Святитель Лука Крымский. 2013. Господня Пасха. Проповеди и беседы в дни Великих праздников. Сост. Вера Каткова. М., Местная религиозная организация Православный приход храма Святого Духа сошествия на Лазаревском кладбище гор. Москвы Московской епархии Русской Православной Церкви (Издательство Сестричества во имя святителя Игнатия Ставропольского). С. 106.

<sup>7</sup> Там же. С. 106.

<sup>8</sup> Там же. С. 108.

<sup>9</sup> Там же. С. 107.

<sup>10</sup> Там же. С. 107.

<sup>11</sup> Там же. С. 107.

<sup>12</sup> Там же. С. 107.

<sup>13</sup> Там же. С. 107.

<sup>14</sup> Там же. С. 106.

<sup>15</sup> Там же. С. 106.

б) лексический повтор: «Он дал мне всех вас, дал сердца ваши»<sup>1</sup>; «знаю я горячую любовь вашу и на нее отвечаю своей горячей любовью»<sup>2</sup>;

7) антитеза: «злые и нечестивые часто благоденствуют, а благочестивые, кроткие и смиренные несут тяжелый крест страданий»<sup>3</sup>; «Но их души не могли примириться с такой невыносимой несправедливостью»<sup>4</sup>; «Трудно <...> стоять и держаться против буйных ветров безбожия, но нас укрепляет Всемилостивый Господь»<sup>5</sup>;

8) гипербола: «русский народ длинными вереницами шел отовсюду за тысячи верст в великие монастыри и Лавры»<sup>6</sup>; «дал мне Господь во сто крат больше детей»; «зажглись миллионы русских сердец»;

9) градация: «Воздадим же от всего сердца славу и честь, хвалу и благодарение в Троице славимому Богу нашему, излишему на землю Русскую Свой истинный свет, которого не может угасить никакая тьма...»<sup>7</sup>.

Среди особенностей, характеризующих проповедь как жанр, выявлены следующие:

1) прямое апеллирование к адресату в форме призыва («Воздадим же...»; «Поминайте наставников ваших...»; «свергнем с себя всякое бремя»<sup>8</sup>; «Помыслите...»);

2) инверсия («видим мы»; «просияли великие святые»; «находим мы»; «укрепляет всемолющий Господь»);

3) постпозитивные определения («вера христианская»; «вера мусульманская»; «люди русские»; «жизнь вечная»; «сердца ваши»);

4) антропонимы (апостол Иоанн Богослов; св. Иоанн; апостол Петр; святой апостол Павел);

5) топонимы (земля Русская (4), древняя Русь, Соловецкие острова, Белое море, север России, церковь Греческая). Установлено, что обнаруженные стилистические средства маркируют специфику дискурсивной активации номинантов выявленных концептов.

В рассматриваемой проповеди выделены следующие характерные черты номинативных полей концептов, выраженных посредством дискурсивной активации:

1) 23 номинантов концепта ВЕРА: крест (4), исповедовать (4), души (3), «жизнь вечная» (3), молитвы (2), Престол Всевышнего, Престол Отца Небесного, проповедовать, христиане, святость, вера христианская, вера мусульманская, благочестие, подвиг юродства, святцы Церкви Российской, Православная Церковь Греческая, церковь римско-католическая, фамиам, прозорливость, бессмертие, благоденствовать, верить, «воздавать славу и честь, хвалу и благодарение». Значимо отметить, что 6 номинантов концепта СВЯТЫЕ МЕСТА вступают в трансконцептные отношения с номинантами концепта ВЕРА: подземелья Киево-Печерской Лавры, Троице-Сергиевая Лавра, Лавра Почаевская, великие монастыри и Лавры, святые пещеры, святые места. Под трансконцептами понимаются «концепты, номинативные поля которых состоят из номинантов, входящих в номинативные поля других концептов в пределах одной концептосферы произведения» [Огнева, 2017, с. 50];

2) 16 номинантов концепта Бог: Христос (11), Бог (7), Господь Иисус Христос (3), Слово Божие (2), Сам Господь Иисус Христос, Сам Бог, Отец Небесный, Господь Иисус, Господь, Он, Всемилостивый Господь, Свет Христов, в Троице Славимый Бог, Начальник и Совершитель веры Иисус, Претерпевший над Собой поругание, Бог Слова;

<sup>1</sup> Там же. С. 109.

<sup>2</sup> Там же. С. 109.

<sup>3</sup> Там же. С. 108.

<sup>4</sup> Там же. С. 108.

<sup>5</sup> Там же. С. 110.

<sup>6</sup> Там же. С. 107.

<sup>7</sup> Там же. С. 110.

<sup>8</sup> Там же. С. 110.



3) 34 номинантов концепта РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ: *святые (8); мученики (4); юродивые(3); «величайшие преподобные» (3); святые (2); сонм; «все Российские святые»; «те, которых Сам Господь Иисус Христос назвал светом миру»<sup>1</sup>; «великие носители света Христова»<sup>2</sup>; «прославившие Бога»; «великие святые»; «просветившие Русь Светом Христовым»<sup>3</sup>; «святые предки»; «великие святители и чудотворцы Московские»<sup>4</sup>; «великие очаги света Христова»; «множество праведников, всю жизнь свою нераздельно посвятивших Богу»<sup>5</sup>; «преподобные отцы наши»; «святые и чудотворцы»; «множество наших святых предков»<sup>6</sup>; «те, кто исповедовал имя Христово перед всеми»<sup>7</sup>; «те, кто возлюбил Господа Иисуса Христа больше, чем отца или мать»<sup>8</sup>; «чистые и благочестивые люди»; «те, кто ради имени Христова оставил все, и получил во сто крат больше, и наследовал жизнь вечную»<sup>9</sup>; «друзья, братья Господа»; «те, кто прошел путь, указанный Господом Иисусом»<sup>10</sup>; «древние мученики Христовы»; «добровольные мученики»; «мученики российские»; прозорливые; прозорливость; чудеса; страдальцы; чудотворцы; блаженные; наставники; «свидетели о Господе Иисусе». Синергии вербализации концепта РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ способствуют номинанты, представленные 22 антропонимами: «равноапостольный великий князь Владимир»<sup>11</sup>; «равноапостольная великая княгиня Ольга»<sup>12</sup>; «великие святители и чудотворцы Московские – Петр, Алексей, Иона, Филипп и Гермоген»<sup>13</sup>; «величайшие преподобные – Антоний и Феодосий Печерские, Сергей Радонежский, Серафим Саровский»<sup>14</sup>; «мученики св. Михаил, князь Черниговский и его боярин Феодор и Роман, князь Рязанский»<sup>15</sup>, «три мученика Виленских: Антоний, Иоанн, Евстафий»<sup>16</sup>; «страдальцы и чудотворцы, добровольные мученики, блаженные Василий и Максим Московские, Прокопий Устюжский»<sup>17</sup>;*

4) 10 номинантов концепта СВЕТ: *свет Христов (5); свет (5); светить (3); сиять (3); Божественный свет; просиять; зажигать; очаги света; немеркнущий*, и концепта ТЬМА, репрезентированного 3 номинантами: *тьма (5), темнота, беспросветная жизнь*, составляющими бинарную оппозицию «свет – тьма», являющуюся характерной для архитектоники православной проповеди;

5) 5 номинантов концепта РУССКИЙ НАРОД: *простой сердцем русский народ (2), люди русские, русские сердца, русское благочестие, земля русская;*

6) 8 номинантов концепта ГРЕХ: *зло (3), грешники; ложь, ненависть, насилие, «злые и нечестивые», недостойный, безбожие, «запинающий нас грех»;*

<sup>1</sup> Святитель Лука Крымский. 2013. Господня Пасха. Проповеди и беседы в дни Великих праздников. Сост. Вера Каткова. М., Местная религиозная организация Православный приход храма Святого Духа сошествия на Лазаревском кладбище гор. Москвы Московской епархии Русской Православной Церкви (Издательство Сестричества во имя святителя Игнатия Ставропольского). С. 106.

<sup>2</sup> Там же. С. 107.

<sup>3</sup> Там же. С. 107.

<sup>4</sup> Там же. С. 106.

<sup>5</sup> Там же. С. 106.

<sup>6</sup> Там же. С. 108.

<sup>7</sup> Там же. С. 108.

<sup>8</sup> Там же. С. 108.

<sup>9</sup> Там же. С. 108.

<sup>10</sup> Там же. С. 109.

<sup>11</sup> Святитель Лука Крымский. 2013. Господня Пасха. Проповеди и беседы в дни Великих праздников. Сост. Вера Каткова. М., Местная религиозная организация Православный приход храма Святого Духа сошествия на Лазаревском кладбище гор. Москвы Московской епархии Русской Православной Церкви (Издательство Сестричества во имя святителя Игнатия Ставропольского). С. 107.

<sup>12</sup> Там же. С. 107.

<sup>13</sup> Там же. С. 107.

<sup>14</sup> Там же. С. 107.

<sup>15</sup> Там же. С. 109.

<sup>16</sup> Там же. С. 109.

<sup>17</sup> Там же. С. 110.

7) 13 номинантов концепта ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ДОБРОДЕЛИ: *любовь (3), правда (3), любить (2), благочестивые, кроткие, смиренные, «покой и вечная радость», возлюбить, достойный, «чистые и благочестивые», почитать, терпение, радость;*

8) 23 номинантов концепта СТРАДАНИЕ: *«долгие годы татарского ига», «терзаемые татарами предки наши», «их жизнь была тяжела и беспросветна», «нести тяжелый крест страданий», «невыносимая несправедливость», «вечные муки», «тяжкие мучения», «переносить тяжкие, несказанные страдания»<sup>1</sup>, «испытывать поругания и побои»<sup>2</sup>, «узы и темницы», «побиваемы камнями, перепиливаемы, подвергаемы пытке»<sup>3</sup>, «умирали от меча», «скитались в милоях и козьих кожах»<sup>4</sup>, «терпя недостатки, скорби, озлобления»<sup>5</sup>, «скитались по пустыням и горам, по пещерам и ущельям земли»<sup>6</sup>, «замученный в золотой Орде», «взять на себя тяжчайший из всех крестов»<sup>7</sup>, страдальцы, мученики, бремя, посрамление, «поругание от грешников», изнемочь;*

9) 6 номинантов концепта НЕБЕСНЫЕ ТЕЛА: *небо (2), звезды (2), облако (2), малые и большие скопления звезд (2), созвездия, отдельные яркие звезды»; 10) дискурсивная активация концепта ЧЕЛОВЕК, репрезентированного 8 номинантами: человек; люди (7); сердце (6); дети (3); предки (3); семья; отец; мать.*

На основании проведенного анализа выявлен ряд лексем-коллокатов. Эти лексем-коллокаты входят в номинативные поля концептов ВЕРА, БОГ, СВЯТЫЕ МЕСТА, РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ, СВЕТ, ТЬМА, РУССКИЙ НАРОД, ГРЕХ, ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ДОБРОДЕТЕЛИ, СТРАДАНИЕ, НЕБЕСНЫЕ ТЕЛА, ЧЕЛОВЕК: *святые (8); крест (4), исповедовать (4), души (3), «жизнь вечная» (3), молитвы (2), Христос (11), Бог (7), Господь Иисус Христос (3), Слово Божие (2), мученики (4), юродивые (3), «величайшие преподобные» (3), святые (2), свет Христов (5), свет (5), светить (3), сиять (3), тьма (5), простой сердцем русский народ (2), зло (3), любовь (3), правда (3), любить (2), небо (2), звезды (2), облако (2), малые и большие скопления звезд (2). В списке выделено 9 сверхчастотных лексем-коллокатов в ядре проповеди: Христос (11), святые (8); Бог (7), свет Христов (5), свет (5), тьма (5), крест (4), исповедовать (4), мученики (4), что способствует выявлению концепта РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ в качестве когнитивной доминанты проповеди.*

Проведенный когнитивно-герменевтический анализ англоязычной проповеди показал следующие результаты: в начале проповеди «On the Feast of All Saints of Russia»<sup>8</sup>, прозвучавшей в 1956 году, святитель Иоанн Шанхайский и Сан-Францисский объясняет значение праздника Всех Российских Святых, раскрывая значение понятия «святость»: *«the closer a man is to God, the holier he is. <...> From them there is light for men. Through them the power of God is revealed»<sup>9</sup> («чем ближе человек к Богу, тем он святее. <...> От них – свет людям. Через них открывается сила Божия»)). В данном случае важно отметить, что лексема *light (свет)* в проповедническом дискурсе символизирует святость и жизнь праведную. Однако свт. Иоанн подчеркивает, что святые не только рядом с Богом, но и рядом с нами; они ходили и жили среди людей святой России, которые глубоко почитали их, целовали их иконы и святые мощи, стремясь быть как можно ближе к святым, касались святости, и русская земля наполнялась этой святостью: *«They are near to God, but they are also near to us; they walked and dwelt among us. The people of Holy Russia venerated them,**

<sup>1</sup> Там же. С. 109.

<sup>2</sup> Там же. С. 109.

<sup>3</sup> Там же. С. 109.

<sup>4</sup> Там же. С. 109.

<sup>5</sup> Там же. С. 109.

<sup>6</sup> Там же. С. 109.

<sup>7</sup> Там же. С. 108.

<sup>8</sup> Sermons and writings of Saint John Archbishop of Shanghai and San Francisco. 2004. Part 1. Australia, Orthodox Monastery of Archangel Michael. P. 34.

<sup>9</sup> Там же. P. 34.



*kissed their icons and holy relics, wanted to be as close as possible to the saints, touched holiness, and the Russian land was filled with it»<sup>1</sup>. В качестве примера полного перерождения грешного человека в святого приводится житие св. Князя Владимира, который: «demonstrated the regenerating power of the Divine essence upon himself. Previously wild and passionate, he was completely reborn, so that he became a new person, radiating light and joy»<sup>2</sup> («продемонстрировал на себе возрождающую силу Божественной природы. Ранее дикий и страстный, он полностью переродился, так что стал новым человеком, излучающим свет и радость»).*

Особой значимостью с культурологической точки зрения обладает часть проповеди, в которой свт. Иоанн Шанхайский, находясь в вынужденной иммиграции и обращаясь к зарубежной пастве православной церкви, эмоционально взывает к прихожанам со словами: «Do not think that contact with holiness is the fate of only the Russian nation. No! All peoples can live in the spirit that Holy Russia lived and lives in, and then they are close and comprehensible to each other»<sup>3</sup> («Не думайте, что контакт со святостью – это судьба только русской нации. Нет! Все народы могут жить в том духе, в котором жила и живет Святая Россия, и тогда они близки и понятны друг другу»). В данных словах проповедника звучит горячая любовь к родине и вербализуется призыв к православной пастве за рубежом сохранять единство, преданность и любовь к России: «All of life was illuminated, until spiritual apostasy began, which led to a fall. But Holy Russia is alive. <...> The spirit of Holy Russia lives. Holy Russia is part of the Ecumenical (i.e., the entire) Church»<sup>4</sup> («Вся жизнь была освещена, пока не началось духовное отступничество, которое привело к падению. Но Святая Россия жива. <...> Дух Святой России живет. Святая Россия - часть Вселенской Церкви»).

В заключительной части проповеди, говоря о празднике Всех Российских Святых, свт. Иоанн вновь упоминает о близости между людьми и святыми: «Celebrating the saints, we desire to be together with them and to acquire the power of God through their holiness. They know us, our nature, our characteristics and spirits, and they know our souls, too – what is necessary for us. We are close to them as children are close to their parents»<sup>5</sup> («Празднуя святых, мы желаем быть вместе с ними и обрести силу Божию через их святость. Они знают нас, нашу природу, наши особенности и настроения, а также они знают наши души – то, что нам необходимо. Мы близки к ним, так как дети близки к родителям»).

В проповеди выявлены следующие изобразительно-выразительные средства:

1) антропонимы: *Holy Prince Vladimir* (Святой Князь Владимир); «*St. Anthony of the Kiev Caves*»<sup>6</sup> (Св. Антоний Киево-Печерский); «*St. Anthony the Roman*»<sup>7</sup> (Св. Антоний Римлянин); *The Apostle Peter* (Апостол Петр); *Sts. Boris and Gleb* (Св. Борис и Глеб); *St. Demetrius of Thessalonica* (Св. Димитрий Солунский); *Alexander Nevsky* (Александр Невский);

2) топоним и топонимические прилагательные: *Russia; Russian; Greek; Roman;*

3) метафорическое сравнение: «*the closer a man is to God, the holier he is*»<sup>8</sup> (чем ближе человек к Богу, тем он святее); «*We are close to them as children are close to their parents*»<sup>9</sup> (Мы близки к ним, так как дети близки к родителям);

<sup>1</sup> Там же. Р. 34.

<sup>2</sup> Там же. Р. 35.

<sup>3</sup> Там же. Р. 35.

<sup>4</sup> Sermons and writings of Saint John Archbishop of Shanghai and San Francisco. 2004. Part 1. Australia, Orthodox Monastery of Archangel Michael. P. 35.

<sup>5</sup> Там же. Р. 35.

<sup>6</sup> Там же. Р. 35.

<sup>7</sup> Там же. Р. 35.

<sup>8</sup> Там же. Р. 34.

<sup>9</sup> Там же. Р. 34.

4) антитеза: «*not a feast of just righteous ones, but of saints*»<sup>1</sup> (не просто праздник праведников, но праздник святых); «*Until recent times we did not have martyrs, but there was a multitude of saints*»<sup>2</sup> (до недавнего времени у нас не было мучеников, но было множество святых); «*But Holy Russia is alive*» («Но Святая Русь жива!»); «*They are near to God, but they are also near to us*»<sup>3</sup> («Они рядом с Богом, но и рядом с нами»);

5) метафора: «*touched holiness*» («касались святости»); «*the Lord at creation breathed into him the power to partake of the Divine essence*»<sup>4</sup> («Господь при сотворении вдохнул в него силу приобщиться к Божественной сущности»);

6) инверсия: «*From them there is light*»<sup>5</sup> («От них – свет людям»); «*Through them the power of God is revealed*»<sup>6</sup> («Через них открывается сила Божия»).

Выявленные стилистические средства маркируют специфику дискурсивной активации номинантов концептов.

В исследуемой проповеди установлены следующие особенности номинативных полей концептов, выраженные посредством дискурсивной активации:

1) 13 номинантов концепта FAITH / ВЕРА : *the Divine essence* (3) (Божественная сущность); *church* (3) (церковь); *the spirit* (3) (дух); *Ecumenical church* (Вселенская церковь); «*image and likeness*» of God («образ и подобие Бога»); *blessedness* (блаженство); *blessed* (благословенный); *venerate* (почитать); *icons* (иконы); *pray* (молиться); *disciples* (ученики); *soul* (душа); «*the regenerating power of the Divine essence*» («возрождающая сила Божественной природы»);

2) 3 номинантов концепта GOD / БОГ: *God* (11) (Бог); *the Lord our God* Господь Бог наш; *the Lord* (Господь);

3) 18 номинантов концепта THE RUSSIAN SAINTS / РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ: *the Saints* (8) (святые); *Holy* (9) (Святой); *holiness* (4) (святость); «*multitude of saints*» («множество святых»); *martyrs* (мученики); *relics* (мощи); *strugglers* (борцы); *confessors* (исповедники); «*righteous ones*» (праведники); «*to God, they become "His own"*» («для Бога они становятся Его собственными»); «*enjoy blessedness*» («наслаждаться блаженством»); «*those who have partaken of the Divine essence and made it their own*»<sup>7</sup> («те, кто приобщился к Божественной сущности и сделал ее своей»); «*From them there is light for men*»<sup>8</sup> («От них – свет людям»); «*Through them the power of God is revealed*»<sup>9</sup> («Через них сила Божия открывается»); «*They are near to God, but they are also near to us*»<sup>10</sup> («Они рядом с Богом, но и рядом с нами»); «*they walked and dwelt among us*»<sup>11</sup> («они ходили и жили среди нас»); «*radiating light and joy*»<sup>12</sup> («излучающие свет и радость»); «*They know us, our nature, our characteristics and spirits, and they know our souls*»<sup>13</sup> («Они знают нас, нашу природу, наши особенности и настроения, а также они знают наши души»);

4) 5 номинантов концепта RUSSIAN PEOPLE: *holy Russia* (6); «*their own Russian people*»; *the Russian nation*; *the Russian land*; *the Russian church*;

<sup>1</sup> Там же. Р. 34.

<sup>2</sup> Там же. Р. 34.

<sup>3</sup> Там же. Р. 34.

<sup>4</sup> Там же. Р. 34.

<sup>5</sup> Там же. Р. 34.

<sup>6</sup> Там же. Р. 34.

<sup>7</sup> Sermons and writings of Saint John Archbishop of Shanghai and San Francisco. 2004. Part 1. Australia, Orthodox Monastery of Archangel Michael. P. 35.

<sup>8</sup> Там же. Р. 34.

<sup>9</sup> Там же. Р. 34.

<sup>10</sup> Там же. Р. 34.

<sup>11</sup> Там же. Р. 34.

<sup>12</sup> Там же. Р. 35.

<sup>13</sup> Там же. Р. 35.



5) 4 номинантов концепта LIGHT / СВЕТ: *light* (свет); «*radiating light and joy*» («излучающий свет и радость»; «*All of life was illuminated*» («*Вся жизнь была освещена*»); «*beautiful sun*» (красное солнышко);

6) 8 номинантов концепта MAN: *people* (6) (люди); *man* (4) (человек); *life*(2) (жизнь); *human condition* (человеческое состояние); *person* (человек); *relatives* (родственники); *children* (дети); *parents* (родители);

7) 4 номинантов концепта SIN: *wild* (дикий); *passionate* (страстный); *spiritual apostasy* (духовное отступничество); *a fall* (падение)

8) 3 номинантов концепта SPIRITUAL AND MORAL VIRTUES / ДУХОВНЫЕ И ПРАВСТВЕННЫЕ ДОБРОДЕТЕЛИ: *love* (любовь); «*rush to help*» («бросаться на помощь»); «*help their relatives*» («помогать своим родственникам»);

9) 13 номинантов концепта MEN OF DIFFERENT COUNTRIES / ЛЮДИ РАЗНЫХ СТРАН: «*Do not think that contact with holiness is the fate of only the Russian nation. No!*»<sup>1</sup> («Не думайте, что связь со святостью – это судьба только русской нации. Нет!»); «*All peoples can live in the spirit that Holy Russia lived and lives in*»<sup>2</sup> («Все народы могут жить в духе, в котором Святая Россия жила и живет»); «*St. Anthony of the Kiev Caves and St. Anthony the Roman were men of different countries*»<sup>3</sup> («Св. Антоний Киево-Печерский и Св. Антоний Римский были из разных стран»); «*together they built the Russian Church, and they are equally near and dear to her*»<sup>4</sup> («вместе они построили русскую церковь и они одинаково близки и дороги ей»); «*Holy Russia is part of the Ecumenical Church*» («Святая Россия – это часть Вселенской церкви»); «*St. Demetrius of Thessalonica rushes to help the Greeks because this is his own nation*»<sup>5</sup> («Св. Димитрий Солунский бросается на помощь грекам, потому что это его родной народ»).

На основании проведенного анализа выявлен ряд лексем-коллокатов. Данные лексемы-коллокаты входят в номинативные поля концептов FAITH, GOD, THE RUSSIAN SAINTS, RUSSIAN PEOPLE, LIGHT, MAN, SIN, SPIRITUAL AND MORAL VIRTUES, MEN OF DIFFERENT COUNTRIES: *the Divine essence* (3) (Божественная сущность); *church* (3) (церковь); *the spirit* (3) (дух); *God* (11) (Бог); *the Saints* (8) (святые); *Holy* (9) (Святой); *holiness* (4) (святость); *holy Russia* (6) (Святая Россия); *people* (6) (люди); *man* (4) (человек). В списке выделено 7 сверхчастотных лексем-коллокатов в ядре проповеди: *God* (11) (Бог); *Holy* (9) (Святой); *the Saints* (8) (святые); *holy Russia* (6) (Святая Россия); *people* (6) (люди); *holiness* (4) (святость); *man* (4) (человек), что доказывает тот факт, что в когнитивной доминанте проповеди выявлен концепт THE RUSSIAN SAINTS / РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ.

В результате рассмотрения двух одноименных разноязычных проповедей свт. Луки Симферопольского и Крымского и свт. Иоанна Шанхайского и Сан-Францисского определены следующие параметры:

1) концепт РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ является когнитивной доминантой обеих проповедей;

2) смысловая реализация когнитивной доминанты «российские святые» представлена комплексом образно-стилистических средств дискурсивной активации концептов, которые входят в когнитивную доминанту. Так, в проповеди свт. Луки выявлены эпитеты, метафора,

<sup>1</sup> Там же. Р. 35.

<sup>2</sup> Там же. Р. 35.

<sup>3</sup> Там же. Р. 35.

<sup>4</sup> Там же. Р. 35.

<sup>5</sup> Sermons and writings of Saint John Archbishop of Shanghai and San Francisco. 2004. Part 1. Australia, Orthodox Monastery of Archangel Michael. P. 35.

метафорические сравнения, фразеологизм, анафора, лексический повтор, антитеза, гиперболола, градация, антропонимы, топонимы, инверсии, в то время как в проповеди свт. Иоанна установлено наличие сравнений, антитез, метафор, градации, антропонимов, топонимов, инверсий;

3) посредством метода сплошной выборки в составе когнитивной доминанты русскоязычной проповеди выявлены 9 ядерных лексем-коллокатов: *Христос (11), святые (8); Бог (7), свет Христов (5), свет (5), тьма (5), крест (4), исповедовать (4), мученики (4)*, в то время как в составе когнитивной доминанты англоязычной проповеди определено наличие 7 ядерных лексем-коллокатов: *God (11) (Бог); Holy (9) (Святой); the Saints (8) (святые); holy Russia (6) (Святая Россия); people (6) (люди); holiness (4) (святость); man (4) (человек)*. В проповедях обоих святителей высокочастотными являются 2 лексемы-коллокаты: *Бог (7) / God (11)* и *святые (8) / the Saints (8)*, при этом лексемы *святые* и *the Saints* обладают одинаковой частотностью;

4) показатель структурного состава когнитивной доминанты «российские святые» в проповеди свт. Луки представлен 12 концептами, входящими в когнитивную доминанту проповеди: ВЕРА, БОГ, СВЯТЫЕ МЕСТА, РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ, РУССКИЙ НАРОД, СВЕТ, ТЬМА, ГРЕХ, ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ДОБРОДЕТЕЛИ, СТРАДАНИЕ, НЕБЕСНЫЕ ТЕЛА, ЧЕЛОВЕК;

5) показатель структурного состава когнитивной доминанты «the Russian saints» в проповеди свт. Иоанна представлен 9 концептами, входящими в когнитивную доминанту проповеди: FAITH, GOD, THE RUSSIAN SAINTS, RUSSIAN PEOPLE, LIGHT, MAN, SIN, SPIRITUAL AND MORAL VIRTUES, MEN OF DIFFERENT COUNTRIES.

### Заключение

В результате проведенного сравнительно-сопоставительного анализа разноязычных проповедей и анализа структурного состава когнитивной доминанты «российские святые» определено два полярных параметра, а именно: структурная схожесть, под которой понимается вхождение в состав когнитивной доминанты двух проповедей одинаковых концептов, и структурное различие, под которым понимается наличие различных концептов в составе когнитивных доминант проповедей обоих святителей. Так, в проповедях святителей определена структурная схожесть в качестве 8 одинаковых концептов, входящих в когнитивную доминанту: ВЕРА, БОГ, РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ, РУССКИЙ НАРОД, ГРЕХ, СВЕТ, ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ДОБРОДЕТЕЛИ, ЧЕЛОВЕК. Структурное различие проявляется в наличии 6 концептов в составе когнитивной доминанты «российские святые»: СВЯТЫЕ МЕСТА, ТЬМА, СТРАДАНИЕ, НЕБЕСНЫЕ ТЕЛА в проповеди свт. Луки Симферопольского и Крымского и концепта MEN OF DIFFERENT COUNTRIES в проповеди свт. Иоанна Шанхайского и Сан-Францисского.

Установлено, что наличие концептов ТЬМА, СТРАДАНИЕ в составе когнитивной доминанты «российские святые» в русскоязычной проповеди обусловлено личностным информативным ракурсом свт. Луки, специфика дискурса которого, с одной стороны, является следствием синергии духовного призвания правящего архиерея и врачебной деятельности практикующего хирурга, неизбежно сталкивающегося со страданиями вверенных ему судьбой людей. С другой стороны, данные концепты отражают дискурсивный стиль проповедника, лично перенесшего страдания и испытания



политического заключенного, прошедшего пытки, тюрьмы, лагеря и ссылки. Наличие концептов СВЯТЫЕ МЕСТА, НЕБЕСНЫЕ ТЕЛА в составе когнитивной доминанты «российские святые» обусловлено культурологическим информативным ракурсом.

Наличие концепта MEN OF DIFFERENT COUNTRIES в составе когнитивной доминанты «the Russian saints» в проповеди свт. Иоанна Шанхайского указывает на специфику дискурса проповедника, находящегося в вынужденной иммиграции и обращающегося к своей зарубежной православной пастве, состоящей как из русских иммигрантов, так и из представителей других народов, которые проживали на территории США и исповедовали православную веру. Данная специфика обусловлена культурологическим информативным ракурсом. Личностный информативный ракурс находит реализацию в интенции проповедника, стремящегося к объединению многонациональной православной паствы, и призывающего к сохранению ценностей православной веры за рубежом в англоязычном дискурсе. Установлено, что общим параметром для дискурса обоих святителей является духовный информативный ракурс, различие заключается в культурологическом и личностном информативных ракурсах.

Таким образом, исследование показало, что концепт РОССИЙСКИЕ СВЯТЫЕ является когнитивной доминантой обеих проповедей. Сравнительно-сопоставительная модель когнитивной доминанты «российские святые», функционирующей в двух разноязычных проповедях, позволила выявить специфику персонального дискурса святителя Луки Симферопольского и Крымского и святителя Иоанна Шанхайского и Сан-Францисского.

### Список литературы

- Бобырева Е.В. 2008. Религиозный дискурс: ценности и жанры. *Знание. Понимание. Умение*, 1: 162–167.
- Даниленко И.А. 2022. Алгоритм выявления когнитивных доминант (на примере творчества Э.-М. Ремарка). *Когнитивные исследования языка*, 2 (49): 536–541.
- Ицкович Т.В. 2012. Категория темы в православной проповеди. В кн.: *Теолингвистика. Меѓународни тематски зборник радова*. Гл. уред. А. К. Гадомски, К. Кончаревич. Београд, Православни богословски фак. Унив. у Београду, Ин-т за теолошка истраживања: 286–301.
- Карасик В.И. 2002. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, Перемена, 477 с.
- Курячая Е.И. 2008. Разрушение стандарта как когнитивная доминанта идиостиля Б. Виана и способы ее репрезентации в тексте оригинала и перевода. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 24 с.
- Кушнерук С.Л. 2019. Когнитивно-дискурсивное миромоделирование: опыт сопоставительного исследования рекламной коммуникации. Москва, Флинта, 368 с.
- Кушнерук С.Л. 2024. Направления исследования миромоделирования в российской лингвистике: парадигмальные рамки и понятийный аппарат. *Russian Journal of Linguistics*, 28(2): 439–465. DOI: [10.22363/2687-0088-35762](https://doi.org/10.22363/2687-0088-35762)
- Маслова В.А., Данич О.В. 2021. Духовная энергия русского слова как проблема гуманитарной мысли. *Русистика*, 19(2): 125–137. DOI: [10.22363/2618-8163-2021-19-2-125-137](https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-2-125-137)
- Огнева Е.А. 2014. Синергия в модели текстового художественного мира. *Современные проблемы науки и образования*, 4: 463.
- Огнева Е.А. 2017. Лингвокультураемы в текстовой модели-реконструкции народного быта ходов (на материале романа А. Ирасека «Псоглавцы»). *Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики*, 3(3): 41–52. DOI: [10.18413/2313-8912-2017-3-3-41-52](https://doi.org/10.18413/2313-8912-2017-3-3-41-52)

- Огнева Е.А. 2021. Темпоральные маркеры в модели проповеди архиепископа Антония Сурожского «Ascension», произнесенной в 1964 году. *Вестник Московского государственного областного университета*, 1: 27–38. DOI: [10.18384/2310-712X-2021-1-27-38](https://doi.org/10.18384/2310-712X-2021-1-27-38)
- Чиковани Т.В. 2024. Моделирование когнитивных доминант православного дискурса проповедника (на материале духовного наследия свт. Луки Симферопольского и Крымского и свт. Иоанна Шанхайского и Сан-Францисского). Дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 228 с.
- Danilenko I.A., Markov A.V. 2022. Cognitive dominants detecting algorithm in V. S. Pikul's works. In: *Experientia est optima magistra. Международный сборник научных трудов*. Под ред. Е.А. Огневой, И.В. Борисовской, Л.Н. Мирошниченко. Вып. XI. Белгород, Эпицентр: 276–279.
- Ogneva E.A., Stepanova L.I., Chikovani T.V. 2022. Modeling of text and discourse worlds. *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*, 8(1): 79–92. DOI: [10.18413/2313-8912-2022-8-1-0-5](https://doi.org/10.18413/2313-8912-2022-8-1-0-5)

### References

- Bobyreva E.V. 2008. Religious Discourse: Values and Genres. *Knowledge. Understanding. Skill*, 1: 162–167 (in Russian).
- Danilenko I.A. 2022. Cognitive Dominants Detecting Algorithm (Based on the Works By E.-M. Remark). *Cognitive Studies of Language*, 2 (49): 536–541 (in Russian).
- Itskovich T.V. 2012. Kategoriya temy v pravoslavnoi propovedi [The category of theme in the Orthodox sermon]. In: *Teolingvistika [Theolinguistics]. International thematic collection of papers*. Eds. A.K. Gadomski, K. Koncharevich. Beograd, Publ. Pravoslavni bogoslovski fak. Univ. u Beogradu, In-t za teoloshka istrazhivanya: 286–301.
- Karasik V.I. 2002. Yazykovoi krug: lichnost', kontsepty, diskurs [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Volgograd, Publ. Peremena, 477 p.
- Kuryachaya E.I. 2008. Razrushenie standarta kak kognitivnaya dominanta idiostilya B. Viana i sposoby ee reprezentatsii v tekste originala i perevoda [Destruction of the standard as a cognitive dominant of B. Vian's idiostyle and the ways of its representation in the original and translated text]. Abstract ... Cand. Philological Sciences. Ekaterinburg, 24 p.
- Kushneruk S.L. 2019. Kognitivno-diskursivnoe miromodelirovanie: opyt sopostavitel'nogo issledovaniya reklamnoi kommunikatsii [Cognitive-discursive world modeling: experience of comparative study of advertising communication]. Moscow, Publ. Flinta, 368 p.
- Kushneruk S.L. 2024. Trends in the research of world-modeling from the perspective of Russian linguistics: Paradigmatic framework and conceptual apparatus. *Russian Journal of Linguistics*, 28(2): 439–465 (in Russian). DOI: [10.22363/2687-0088-35762](https://doi.org/10.22363/2687-0088-35762)
- Maslova V.A., Danich O.V. 2021. Spiritual energy of the Russian word as a scientific challenge of humanitarian thought. *Russian Language Studies*, 19(2): 125–137 (in Russian). DOI: [10.22363/2618-8163-2021-19-2-125-137](https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-2-125-137)
- Ogneva E.A. 2014. Sinergiya v modeli tekstovogo hudozhestvennogo mira [Synergy in the textual art world model]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*, 4: 463.
- Ogneva E.A. 2017. Linguo-Culturemes in the Model-Reconstruction of the Vernacular Way Of Chods` Life (Based on the Novel “Psoglavtsy” by A. Jirasek). *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*, 3(3): 41–52 (in Russian). DOI: [10.18413/2313-8912-2017-3-3-41-52](https://doi.org/10.18413/2313-8912-2017-3-3-41-52)
- Ogneva E.A. 2021. Temporal markers in the sermon “Ascension” delivered by archbishop Anthony of Surozh in 1964. *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 1: 27–38 (in Russian). DOI: [10.18384/2310-712X-2021-1-27-38](https://doi.org/10.18384/2310-712X-2021-1-27-38)
- Chikovani T.V. 2024. Modelirovanie kognitivnykh dominant pravoslavnogo diskursa propovednika (na materiale dukhovnogo naslediya svt. Luki Simferopol'skogo i Krymskogo i svt. Ioanna Shankhaiskogo i San-Frantsisskogo) [Modeling cognitive dominants of the Orthodox discourse of a preacher (based on the spiritual heritage of St. Luke of Simferopol and Crimea and St. John of Shanghai and San Francisco)]. Dis. ... Cand. Philological Sciences. Belgorod, 228 p.



- Danilenko I.A., Markov A.V. 2022. Cognitive dominants detecting algorithm in V. S. Pikul's works. In: *Experientia est optima magistra. International collection of scientific papers*. Eds. E.A. Ogneva, I.V. Borisovskaya, L.N. Miroshnichenko. Iss. XI. Belgorod, Publ. Epicenter: 276–279.
- Ogneva E.A., Stepanova L.I., Chikovani T.V. 2022. Modeling of text and discourse worlds. *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*, 8(1): 79–92 (in Russian). DOI: [10.18413/2313-8912-2022-8-1-0-5](https://doi.org/10.18413/2313-8912-2022-8-1-0-5)

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 23.12.2024

Received December 23, 2024

Поступила после рецензирования 21.01.2025

Revised January 21, 2025

Принята к публикации 10.03.2025

Accepted March 10, 2025

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Чиковани Татьяна Владимировна**, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков № 2 Института филологии, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Россия.

**Tatiana V. Chikovani**, Candidate of Philology, Senior Lecturer, Department of Foreign Languages № 2, Institute of Philology, V.I.Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia.